بسم الله الرحمن الرحيم

جامعه ال البيت

كلية الدراسات الفقهيه والقانونيه

قسم القانون

النظام القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية
دراسة مقارنة

The legal regime for the licensing of trademarks

(A Comparative Study)

إعداد الطالب

سامي طلال سعيد أبو غنيم

المشرف الدكتور

هشام الطاهات

٢٠١٠

النظام القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية
دراسة مقارنة

The legal regime for the licensing of trademarks

A comparative study

إعـــــــــــــداد

الطالب : سامي طلال سعيد أبو غنيم

الرقم الجامعي (٠٦٢٠٢٠٠٠١٥)

المشـــــرف

الدكتور هشام الطاهات

المشرف المشارك

(الدكتور......................)

أعضاء لجنة المناقشـــــة | **التوقيـــــــع**

الدكتور : هشام فالح الطاهات

الدكتور : سامر محمود الدلالعة

الدكتور : لافي الدرادكة

الدكتور : عماد عبد الرحيم الدحيات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون فـــي كليـــة الدراسات الفقهية والقانونية في جامعة آل البيت.

نوقشت وأوصى بإجازتها/ تعديلها/ بتاريخ:

الإهداء

اهدي هذه الرسالة إلى من رعاني وسهر على راحتي حتى تم هذا الانجاز ، إلى من غمرني حبهما واحتواني حنانهما ، وشملتني رعايتهما ، إلى نبع الحنان والقلب الكبير ... إلى أمي الغالية وأبي الحبيب.

إليهما اهدي هذا العمل تعبيرا واعترافا خالصا بالفضل والمحبة والرعاية والحنان .

كما اهدي هذا العمل إلى إخواني وخطيبتي الذين ساندوني و وقفوا الى جانبي إلى أن ا تممت دراستي بحمد الله وعونه ...

سامي طلال سعيد آبو غنيم

الشكر والتقدير

يشرفني ويسعدني أن أتقدم بالشكر والعرفان بعد أن تم هذا العمل إلى أستاذي ومشرفي الفاضل ، الدكتور هشام الطاهات ، الذي تكرم بالإشراف على رسالتي ، حيث أفادني ونصحني وأرشدني إلى أن تمت هذه الرسالة بهذه الصورة ، فجزاه الله كل خير وعافية .

وأتقدم بالشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقش الكرام الذين قبلو مناقشة رسالتي هذه ، عسى أن ينفعنا الله بعلمهم وخبراتهم وتوجيهاتهم في هذه الرسالة لتكون عونا لي في المستقبل .

كما أتقدم بالشكر إلى جميع أساتذتي في جامعة أل البيت في كلية الدراسات الفقهية والقانونية الذين أفادوني بعلمهم ونصحهم كما أتقدم بالشكر إلى زملائي في الدراسة على حسن صحبتهم .

وأخير أتقدم بالشكر وبشكل خاص إلى شيخي احمد محمد الهادي اليشرطي الذي ساندني ودعمني في كل المجالات وكل الأحوال وما زال فله مني الشكر والتقدير والعرفان .

سامي طلال سعيد أبو غنيم

الفهرس

الملخص

النظام القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية "دراسة مقارنة"

سامي طلال سعيد أبو غنيم

(إشراف الدكتور هشام الطاهات)

تناولت الدراسة موضوع النظام القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية ، وذلك من خلال التعرض لأهمية عقود الامتياز ، ومفهوم الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، ثم ذكر الطبيعة القانونية لهذا العقد و خصائص هذا العقد ، وبعد ذلك تعرضت الدراسة لمدى جواز منح الامتياز لاستعمال العلامة التجارية ، و تناولت الدراسة نطاق التنظيم القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية ، وذلك من خلال البحث في الجوانب الشكلية لهذا العقد ،وهي الكتابة والتوقيع والإثبات، و تسجيل العقد ، حيث تبين للدراسة ان عقد الامتياز الممنوح للعلامات التجارية هو عقد شكلي ، يتطلب الكتابة وتوقيع الأطراف عليه، وقد تطلب القانون تسجيل هذا العقد في الجهة المختصة ، وفي السجل الخاص بالعلامات التجارية كونه تصرف واقع على العلامة التجارية ، وذلك حفاظا على حقوق الطرفين المانح والمستفيد وأيضا حماية للغير المتعامل مع هذه العلامة . ثم انتقلت الدراسة إلى الجوانب الموضوعية للعقد ،وذلك من خلال التعرض إلى محل العقد وهو العلامة التجارية ، حيث ميزت الدراسة الحق في العلامة ذاتها عن منح الإذن باستعمال العلامة التجارية، وخلصت الدراسة الى ان العلامة التجارية وباعتبارها احد عناصر الملكية الصناعية والفكرية حق من نوع خاص لا يندرج تحت اية طائفة من الحقوق التقليدية المعروفة ، وان هذا الحق يقترب من الحقوق المعنوية . وكذلك خلصت الدراسة الى انه لا يجوز التعاقد على علامة تجارية باطلة او منتهية المدة ، ثم انتقلت الدراسة الى تحديد هوية أطراف العقد وهم مانح الامتياز والمستفيد من الامتياز وبينت الدراسة الحقوق والالتزامات التي يرتبها العقد عليهم، ثم بينت الدراسة ان عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود المستمرة والتي يكون الزمن احد عناصرها الجوهرية ، وان هذا العقد يعتبر من عقود المدة ، كما تناولت الدراسة موضوع انقضاء العقد ، وخلصت الدراسة الأسباب التي تؤدي الى انقضاء العقد ، منها أتفاق الأطراف أو وفاة احدهما ، او لعدم تنفيذ العقد، او قد يقضي العقد بسبب انتقال ملكية العلامة التجارية ، كما بينت الدراسة انه من الممكن ان يقوم الأطراف بتجديد العقد ، وذلك بأنفاق لاحق على العقد ، وتناولت الدراسة موضوع تنفيذ عقد الامتياز في تراخيص العلامات التجارية ، وذلك من خلال البحث في مسألة آلية تنفيذ العقد ، حيث ان عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية يرتب حقوقا والتزامات على أطرافه المانح و المستفيد ، واهم هذه الالتزامات تمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية محل العقد ، والالتزام بالضمان ، واهم التزامات المستفيد هو أداء المقابل المالي والمحافظة على السرية ، كما تناولت الدراسة الآثار المترتبة على الإخلال بإحكام تنفيذ عقد الامتياز ، حيث بينت مسؤولية مانح الامتياز عن أعمال المستفيد ،من خلال البحث في طبيعة العلاقة القانونية بين المانح والمستفيد ، وتبين انها اقرب ما يكون الى عقد الوكالة الظاهرة ، واخيرا تعرضت الدراسة الى موضوعين مهمين وهما مسألة الفسخ والتعويض ، حيث بينت الدراسة انواع الفسخ منها الفسخ ألاتفاقي والفسخ القضائي ، وبينت الدراسة مدى احقية المستفيد من التعويض عندما يقوم المانح بفسخ العقد ، وادى ذلك الى إلحاق ضرر بالمستفيد .

ومن خلال ما تقدم تعرضت الدراسة لرأي المشرع الاردني من هذه المواضيع ، ولاحظت الدراسة ان المشرع الاردني قام بتنظيم هذه المسائل من خلال القواعد العامة ولم يكن هناك تنظيم خاص يحكم جميع العناصر والبنود المتعلقة بمنح الامتياز للعلامة التجارية .

ABSTRACT

The legal regime for the licensing of trademarks

A comparative study

Researcher: Sami Talal Sa'eed Abu Ghnaim

Supervisor: Dr. Hesham al-Tahat

This study discussed the trade marks' franchise licencing legal system through discussing the significance of franchise contracts, the concept of franchise given to trade marks then pointed out the legal nature of this contract and its characteristics. This study also discussed the extent of conceding the use of the trade mark. It also discussed the scope of legal regulation for trade mark franchise licencing, through discussing the formal aspects of this contract, i.e., writing, signature, evidence and registration. This study revealed that the conceded trade mark franchise contract is a formal contract that requires writing and signature of parties. The law requires to register the contract at a specialized party, in the special record of trade marks since it is a disposal on a trade mark in order to maintain the rights of the two parties, the giving and beneficiary, and to protect the user of the trade mark. This study also discussed the subjective aspects of the contract through discussed the place of contract, which is the trade mark, where this study distinguished between the right in the trade mark itself and the permission to use it. This study concluded to that the trade mark, as one of the industrial intellectual property aspects is of a special type included under any type of traditional known rights, and that this right converges to rights in rem. This study also concluded to that no contract can be made on an invalid or illegal trade mark.

This study also identified the parties of the contract, the giver and the beneficiary of the franchise; and pointed out the rights and obligations set by the contract. This study also pointed out that the franchise conceded to the trade mark is one of the continuous contracts where time is one of its major aspects, therefore, it is one of the time contracts. This study also discussed the expiration of contract, and concluded to the reasons of contract termination,

such as the death of one party, non-execution of the contract, or the transfer of trade mark ownership. This study also pointed out the issue of executing the franchise contract in trade marks' licences, through discussed the mechanism of executing the contract, where the franchise contract conceded to the trade mark involves rights and obligations on both parties. The most significant obligation is that it enables the beneficiary to use the contracted trade mark, commitment to the guarantee, maintaining confidentiality. This study also discussed the consequences of violating the terms of executing the franchise contract, where this study pointed out the responsibility of the franchise giver towards the business of the beneficiary, through discussing the nature of the legal relationship between the giver and the beneficiary, where this study revealed that this relationship is closer to the plain agency. This study discussed two important issues, the termination and indemnity, where it pointed out types of consensual termination and judicial termination, and pointed out the beneficiary's right to indemnity when the giver terminates the contract and resulted in harming the beneficiary.

The study discussed the Jordanian legislation in these issues, and noted that the Jordanian legislation organized these issues through the general rules, with no special organization that govern all issues and terms related to conceding the franchise on trade marks.

المقدمة

تظهر أهمية عقود الامتياز في حياتنا اليومية، من خلال واقعنا العملي ، إذ أن الكثير من الأمور الأساسية والكمالية في حياتنا قد تكون وصلتنا إلينا بفضل منح امتياز لعلامات تجارية . فمثلا، يوجد الكثير من الأدوية العلاجية التي نستخدمها والتي تكون في الأصل عبارة عن اختراعات توصل إليها مخترعون أجانب، وقامت شركات الدواء بإنتاجها من خلال أخذ امتياز من مالكها الأجنبي. كذلك فالكثير من المطاعم المحلية التي نرتادها هي في الأصل أجنبية المنشأ والملكية، لكن مستثمرا أخذ من مالكها الأجنبي ترخيصا باستعمال علامتها التجارية ووصفاتها في تحضير الطعام وطريقة تقديمه. كما أن هذا ينطبق على الأفلام والمسلسلات الأجنبية التي يعرضها التلفزيون .

وترجع أهمية الموضوع من إلى أن الامتياز يوفر فرصة للاستثمار دون أن يكون هناك أعباء مالية كبيرة تثقل كاهل المستثمر إذا ما أراد أن يقوم بالمشروع بنفسه كما انه يكون عرضة للخاسرة لعدم وجود الخبرة الكافية لديه ، وحيث أن نظام الامتياز يساعد في المحافظة على رأس المال وفي ذات الوقت يعطي فرصة اكبر للوصول إلى الأسواق بسرعة ، كما انه يمكن تطبيق الامتياز التجاري على كافة الأعمال والخدمات والمشاريع وسواء تعلقت بالتصنيع أم بالتوزيع أم الخدمات ، ومن خلال الواقع نشاهد مدى اتساع نطاق عقود الامتياز حيث أنها تشمل مطاعم الوجبات السريعة ومصانع العصائر والمشروبات الغازية وكذلك الامتيازات المعطاة من اجل تصنيع الأدوية ومستحضرات التجميل ، وكذلك الفنادق وخدمات الطباعة وبيع الأفلام وتأجيرها وغير ذلك من الخدمات .

إشكالية الدراسة :

تجيب هذه الدراسة عن إشكالية جوهرية مؤداها " إلى أي حد يمكن القول أن التشريع الأردني عمل على إدراج التنظيم القانوني بصورة تفصيلية للتراخيص التي تمنح لصيغة العلامات التجارية ، وهل وفر التشريع الضمانات القانونية التي تحقق الحماية اللازمة للعلامات عند الترخيص باستعمالها" .

أدبيات الدراسة والدراسات السابقة :

حاولت في هذه الدراسة الوصول إلى الكتب والأبحاث المختصة في موضع عقد منح امتياز العلامات التجارية ، وكذلك اطلعت على بعض المراجع العامة في مجال العلامات التجارية وفي الملكية الفكرية بشكل عام . وقد وجدت بعض الدراسات والأبحاث وهي كالتالي :

١- رسالة دكتوراه بعنوان (دور عقود الامتياز التجاري في نقل المعرفة الفنية) دراسة مقارنة ، مقدمة من ياسر سامي قرني ، في كلية الحقوق ،جامعة القاهرة ، ٢٠٠٥م ، وكان هذا البحث دراسة مقارنة في القانون الفرنسي والأوروبي والوضع التشريعي في القانون المصري . وقد تتطرق في بحثه إلى شرح الفكرة العامة لعقود الامتياز التجاري وطبيعتها القانونية والتفرقة بينتها وبين العقود الأخرى ، و شرح لأهم الشروط التي يتم النص عليها في عقود الامتياز التجاري ، ثم التزامات الإطراف .

٢- رسالة دكتوراه(بعنوان النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري) . مقدمة من ياسر محمد الحديدي ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ٢٠٠٧.

وفيه تناول التطور التاريخي لنظام الامتياز التجاري ، ثم العناصر المميزة لمفهوم الامتياز التجاري ، والآليات اللازمة لحماية مفهوم الامتياز بين أطراف العقد وفي مواجهة الغير وانتهاء العقد ، وهذا كله في إطار القانون المصري مقارنة مع القانون الفرنسي .

من خلال ما تقدم نلاحظ ان هذه الدراسات تتعلق في موضوع عقد الامتياز التجاري وهي دراسات في الفقه المقارن ، ولكن هذه الدراسات شاملة لمواضيع الامتياز التجاري في حقوق الملكية الفكرية بشكل عام ، وعليه يظهر الاختلاف بينها وبين هذه الدراسة التي ستكون فقط في مجال العلامات التجارية .

حدود وإطار الدراسة :

سيكون موضع هذا البحث إن شاء الله ، التنظيم القانوني لتراخيص الامتياز في العلامة التجارية ، في القانون المقارن الأردني والمصري وبعض القوانين العربية كأمثلة على الموضوع ، وعليه سوف ترتكز هذه الدراسة على بعض المفردات المتعلقة في عقود الامتياز التجاري ، من خلال البحث في مفهوم الامتياز التجاري وفق المفاهيم الحديثة ، التي ظهرت في مجال العلامات التجارية ، ومدى علاقتها بعناصر الملكية الفكرية الأخرى ، حيث أن كل مشروع تجاري قائم يتكون من عدة عناصر في مجال الملكية الفكرية ، فقد يكون المنتج مسجل الحماية على أكثر من عنصر مثل العلامة التجارية والاسم التجاري وبراءة اختراع للمادة المصنوع منها وغير ذلك . وعليه سوف تنحصر هذه الدراسة وبشكل موسع على عقد الامتياز في العلامات التجارية ، في القانون المقارن بالقدر الذي يحقق أهداف هذا البحث .

المنهج العلمي والهيكل التنظيمي للبحث

اتبعت في هذا البحث المنهج المقارن ، وذلك من خلال دراسة القواعد الموضوعية العامة ، و تتبع القوانين ذات الصلة بموضوع الدراسة ، سواء في القانون المدني أو التجاري ، وقوانين الملكية الفكرية بشكل عام وقانون العلامات التجارية على وجه الخصوص ، وصولا إلى الأسس القانونية ، التي تنظم عملية منح تراخيص الامتياز للعلامات التجارية ،في القوانين المقارنة ، كالقانون الأردني و المصري ، وسأسترشد ببعض الآراء الفقهية قدر المستطاع . أما بالنسبة للهيكل التنظيمي للبحث فسوف اقسم خطة الدراسة على النحو التالي :

مقدمة

فصل تمهيدي

الفصل الأول نطاق التنظيم القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية .

المبحث الأول : الجوانب الشكلية في تراخيص الامتياز.

المبحث الثاني : الجوانب الموضوعية في تراخيص الامتياز .

الفصل الثاني تنفيذ عقد الامتياز في تراخيص العلامات التجارية .

المبحث الأول : آلية تنفيذ عقد الامتياز .

المبحث الثاني :الآثار المترتبة على الإخلال بأحكام تنفيذ عقد الامتياز .

الخاتمة والتي تتضمن أهم النتائج والتوصيات .

تمهيد

تظهر أهمية عقود الامتياز من كونها تنطبق على أي نشاط اقتصادي ، سواء تعلق بالتوزيع أو الإنتاج أو الخدمات ، ليشمل بذلك الامتيازات الممنوحة للمطاعم الوجبات السريعة ، أو الفنادق أو أي شكل للتصنيع سواء الأدوية و مستحضرات التجميل وغيرها[١].

والامتياز عبارة عن (مجموعة من حقوق الملكية الصناعية أو الفكرية المتعلقة بالعلامات التجارية والأسماء التجارية ، ولافتات المحلات التجارية ، ونماذج المنفعة ، وحقوق التأليف ، والدراية العلمية ، أو البراءات ، التي يتم استغلالها من اجل إعادة بيع السلع أو توفير الخدمات للمستخدم النهائي) [٢].

وهذا يقودنا إلى تعريف عقد الامتياز وخصائصه:

يعرف عقد الامتياز التجاري : بأنه اتفاق يمنح بمقتضاه شخص هو مانح الامتياز ، شخصا أخر وهو المستفيد من الامتياز ، حق استخدام حقوق الملكية الفكرية الخاصة به ، ومنها اسمه التجاري وعلامته التجارية ، وكذلك الاستفادة من خبراته ومهارته وأنظمة عمله ، وكل ما يتعلق فيها من معرفة فنية وتدريب ، وفق المعايير التي يضعها ويراقبها مانح الامتياز وبمساعدة متواصلة منه ومقابل الإتعاب المتفق عليها [٣] .

ومن خلال ما تقدم يمكن القول بأن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، اتفاق بين طرفين يسمى الأول مانح الامتياز والثاني هو المستفيد من الامتياز ، حيث يقوم مانح الامتياز بمنح حق استخدام العلامة التجارية وكل الحقوق المتعلقة بها ، وكذلك الخبرات والمهارات والمعرفة الفنية وأنظمة العمل الخاصة بها للمستفيد، مقابل عوض مالي يتم الاتفاق عليه ، حيث يقوم المستفيد باستغلال العلامة التجارية من خلال وضعها على البضائع او الخدمات وخلال مدة زمنية محددة ، وذلك ضمن عقد مكتوب ومنظم ومسجل لدى الجهة المختصة .

وهناك أنواعا عديدة لعقود الامتياز بحسب موضوعه، مثل عقد الامتياز الصناعي أو الإنتاجي ، وعقد امتياز خدمات وعقد امتياز توزيع [٤] .

ويجب التنويه إلى انه بالرغم من وجود شبه بين عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية وعقد الترخيص باستخدام العلامة التجارية من حيث أطراف العقد ومحله وهو استغلال العلامة التجارية إلا أن هناك فروق بينهما .

فعقد الامتياز الممنوح للعلامة يكون عادة أكثر شمولا من عقد ترخيص العلامة ، فعقد الامتياز يتضمن منح الترخيص على العلامة، وكذلك منح تراخيص لاستعمال حقوق ملكية فكرية أخرى، و منح تراخيص لاستعمال لخطط التسويق و التوزيع للمنتجات المعنية و

---

[١] - المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الويبو ، جنيف ، منح التراخيص والامتيازات للعلامات ، وثيقة من إعداد المكتب الدولي للويبو لإغراض ندوة تدريبية عن العلامات التجارية ،ص٣ ، دبي ، ٢٤و٢٥ مارس /آذار ١٩٩٧

[٢] - المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الويبو،منح التراخيص والامتيازات للعلامات ، المرجع السابق ، ص٣

[٣] - ياسر سيد محمد الحديدي ، النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري ،رسالة دكتوراه، في القانون التجاري، جامعة القاهرة ٢٠٠٧ ص١٩

[٤] - ماجد عمار ،عقد الامتياز التجاري ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٩٢.،ص١٩

التكنولوجيا[1]. الأمثلة الواضحة على عقود الامتياز ، الامتياز الممنوح في مجلات صناعة الألبسة والأجهزة الكهربائية و المطاعم والفنادق . وعليه فأن الترخيص لا يقتصر على العلامة التجارية فقط بل يتضمن اسم المحل و شعاره و ما شابه بحيث أن محل الممنوح له الامتياز يظهر امام الجمهور بنفس المظهر و الهوية العامة الموحدة لكل محلات مانح الحق. و عقد الامتياز كما قلنا يغطي أيضاً طريقة البيع و خطط التوزيع و التسويق. و مع هذا كله، يجب الانتباه إلى أن كل من مانح الحق و الممنوح له الحق يعتبر مستقلاً عن الآخر كمتجر[2].

وكذلك أن المعرفة الفنية ، تعتبر عنصرا جوهريا في عقد الامتياز[3] ، في حين انه في عقد الترخيص لا يلتزم المرخص بنقل المعرفة الفنية إلى المرخص له في اغلب الأحوال . وعقد الامتياز يشمل تقديم المساعدة الفنية والتدريب والمشورة والنصح للمستفيد، بينما عقد الترخيص باستعمال العلامة التجارية لا يشمل ذلك ، وأيضا يعتمد عقد الامتياز كليا على السمعة التجارية للمشروع المرخص وطريقة بيع المنتجات والخدمات أو عرضها ، بينما يعتمد عقد الترخيص كليا على شهرة العلامة التجارية المملوكة للمرخص ومدى إقبال الجمهور عليها[4] .

وعقد الامتياز الممنوح للعلامة عادة يكون مقابل عائد مادي يحصل عليه صاحب العلامة حيث أن علاقة الامتياز الناشئة بين المانح والمستفيد هي وليدة العقد المنظم لتلك العلاقة بينهما وبالتالي فإنها تشبه أية علاقة تعاقدية محكومة بشروط وبنود الاتفاق الموقع بين الأطراف ، ومن هنا تبرز أهمية الاتفاقية و/أو عقد الامتياز باعتباره المرجع الأساسي لتنظيم حقوق والتزامات كل من الطرفين تجاه بعضهما بعضاً ويقع عقد الامتياز تحت مظلة العقود التجارية من حيث كونه نشاطاً تجارياً[5].

وعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية لا يرد على حق ملكية العلامة التجارية وإنما يرد على حق استعمال العلامة ، حيث ذهب جانب من الفقه إلى اعتبار هذا العقد صورة خاصة من الإيجار يرد على العلامة التجارية[6]، وعليه فأن المستفيد من عقد الامتياز يكون بمثابة مستأجر العقار في عقد الإيجار، لان المستأجر في عقد الإيجار لا يملك العين محل الإيجار، مهما كانت مدة الإيجار[7] وعليه :

يكون الحق في استعمال العلامة التجارية من المستفيد شبيه بحق المستأجر ، فهو يكتسب حقاً شخصياً قبل صاحب العلامة التجارية يخوله استعمال العلامة ولا يتمتع المستفيد بحق مباشر على العلامة وبالتالي لا يملك إقامة دعوى التقليد ضد من يعتدي على حقه في استعمال العلامة التجارية ويبقى لصاحب العلامة التجارية وحده الحق في رفع دعوى التقليد[8]. التقليد[8].

---

[1] - **كنعان الاحمر، بحث بعنوان** (ترخيص العلامات التجارية وعقود الامتياز)ندوة الويبو الوطنية حول العلامات التجارية، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، **دمشق، ٢٢ و٢٣** ديسمبر/**كانون الأول ٢٠٠٣ ص٧(الموقع الالكتروني** :

[2] - المرجع السابق نفسه ، ص٨

[3] - **محمد محسن النجار** ،عقد الامتياز التجاري،دراسة في نقل المعارف الفنية ، دار الجامعة الجديد الإسكندرية ٢٠٠١، ص ١١

[4] - ماجد عمار ، عقد الامتياز التجاري ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٩٢. ص٥

[5]- **كنعان الاحمر مرجع سابق ص ٩**

[6] - حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامات التجارية، القاهرة بلا دار نشر ١٩٩٣.، ص٥٧.

[7] - رمضان ابو السعود ، دروس في العقود المسماة ، عقد الإيجار في القانون المصري واللبناني ، الدار الجامعية ، ١٩٨٦،ص٢٩

[8] - محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري دار النهضة العربية القاهرة ١٩٧١، ص٣٥٩

يستطيع مالك العلامة التجارية التصرف في ملكه بكافة التصرفات القانونية الجائزة، فيستطيع أن يبيع علامته التجارية أو يتنازل عنها جزئياً أو كلياً أو يهبها للغير أو يوصي بها أو يرهنها ولا يقيده في ذلك وجود حق المستفيد في استعمال علامته التجارية ما لم يكن هناك نص في عقد الامتياز بموجبه اشترط المستفيد على المانح عدم جواز إجراء أي تصرف على العلامة التجارية ومثل هذا الشرط جائز؛ لأن العقد شريعة المتعاقدين في حين أن المستفيد لا يملك إجراء أي تصرف على العلامة التجارية محل عقد الامتياز؛ لأنه لا يملك سوى حق شخصي في استعمالها.

تعرف المادة (٦٥٨) من القانون المدني الأردني عقد الإيجار بأنه: "(تمليك المؤجر للمستأجر منفعة مقصودة من الشيء المؤجر لمدة معينة لقاء عوض معلوم). فالمؤجر وفقاً لهذا التعريف يمكّن المستأجر من الانتفاع بالعين محل الإيجار في حين أن عقد الامتياز الممنوح لاستعمال العلامة التجارية طالما هو نوع خاص من الإيجار فإنه يخول المستفيد أيضاً الانتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الامتياز وهذا يدل على أن مركز المستفيد في عقد الامتياز هو بمركز المستأجر في عقد الإيجار.

بما أن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية صورة خاصة من الإيجار فإنه يرد على الأشياء غير القابلة للاستهلاك وذلك لأنه يخول المستفيد الانتفاع بالعلامة التجارية وردها إلى صاحبها بعد مدة هذا الانتفاع ولا يستقيم ذلك إذا كان الشيء من الأشياء القابلة للاستهلاك وإلا فإن العقد لا يكون إيجاراً وإنما يعد بيعاً[١].

يمكن للدراسة تلخيص الطبيعة القانونية لعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية بأنه شبيه بعقد الإيجار لشيء معين بالذات وهو ذلك المنقول المعنوي، أي العلامة التجارية وهو عقد محله علامة تجارية تخضع في صحتها إلى قانون الدولة التي سجلت فيه العلامة لدى الدائرة المختصة[٢]. وإذا كانت هذه النتائج هي النتائج المترتبة على تكييف عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية بأنه إيجاراً، فإن عقد الامتياز وعقد الإيجار لا يتشابهان بصورة مطلقة، إذ أن العلاقة بينهما علاقة عموم بخصوص مطلق فكل عقد امتياز هو عقد إيجار والعكس غير صحيح[٣].

ويظهر الاختلاف بين هذين العقدين من خلال تقسيم العقود إلى مسماة وغير مسماة، نجد أن عقد الإيجار هو عقد مسمى أما عقد الامتياز فهو غير مسمى. وأيضا من حيث تقسيم العقود إلى عقود تقوم على الاعتبار الشخصي وعقود لا تقوم على الاعتبار الشخصي، نجد أن عقد الإيجار ليس من عقود الاعتبار الشخصي، فالأصل فيه عدم الاعتداد بشخصية المؤجر وبشخصية المستأجر[٤] ، على خلاف عقد الامتياز فهو من العقود التي تقوم الاعتبار الشخصي فشخصية المانح والمستفيد محل اعتبار.

وأيضا يظهر الاختلاف من حيث المحل الذي يرد عليه كل عقد، فعقد الإيجار من الجائز أن يرد على الأشياء المادية كالأراضي الزراعية والمنازل كما قد يرد على الحقوق المعنوية كتأجير المخترع براءة اختراعه كما يرد على العقارات وقد يرد كذلك على

---

[١] - رمضان ابو السعود ، دروس في العقود المسماة ، عقد الايجار في القانون المصري واللبناني ، الدار الجامعية ، ١٩٨٦،ص٢٩

[٢] - المادة ٢من قانون العلامات التجارية الأردني، ، رقم٣٣ لسنة١٩٥٢ والمعدل بالقانون رقم ٣٤، لسنة ١٩٩٩.

[٣] - علاء عزيز الجبور ، عقد الترخيص دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ، عمان ،٢٠٠٣، ص ٤٤

[٤] - عصام انور سليم ، الوجيز في عقد الايجار ، ج١، الاحكام العامة في الايجار ، دار المطبوعات العامة ، الاسكندرية ، ٢٠٠٠،ص٣٣

المنقولات كتأجير السيارات والآلات[1] ، في حين أن محل عقد الامتياز يرد على العلامة التجارية وهي مال معنوي له طبيعة خاصة تختلف عن الأشياء المادية.

كما إن هناك ثلاثة أنواع لعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من حيث الحقوق الممنوحة للمانح[2]، فالأصل في الترخيص أن يكون بسيطاً بحيث يجوز للمانح ان يرخص لغير المستفيد باستعمال واستغلال علامته التجارية ويحتفظ بحقه في الاستغلال رغم منح امتياز لغير المستفيد الأول وهناك الترخيص الوحيد المانع إذ لا يجيز بنص العقد منح امتياز لغير المستفيد مع استمرار المانح في استعمال العلامة التجارية وهناك نوع ثالث هو الترخيص ألاستئثاري حيث لا يجيز منح امتياز آخر ولا يسمح للمانح باستعمال العلامة التجارية، إلا أنه لا يفقد حقه في ملكية العلامة، في حين أن الانتفاع بمحل الإيجار (المأجور) يكون مقصوراً على المستأجر دون سواه. وعلى الرغم من كل ما تقدم فإن الاختلاف ما بين الامتياز والإيجار لا ينال من كون الامتياز في جوهره يعتبر من قبيل الإيجار، ويرى الباحث انه من الممكن تطبيق أحكام عقد الإيجار على هذا العقد بصورة تتفق مع عقد الامتياز.

لم ينظم القانون الأردني عقد الامتياز الممنوح للعلامة تجارية كعقد له نظامه القانوني الخاص به وعليه يخضع عقد الامتياز لقواعد النظرية العامة في العقود باعتباره عقداً غير مسمى، والقاعدة في هذا الشأن أنه لا توجد طريقة خاصة لانعقاد هذا العقد. وما هذا إلا تطبيق لمبدأ رضائية العقود بمعنى أن العقد يتم بمجرد تراضي الطرفين على إبرامه أي توافق إرادتيهما على ذلك ، إلا أن القانون يتطلب شكلاً معنيا للانعقاد كالتسجيل في السجل المخصص كما ستبين الدراسة لاحقا .

نصت المادة (٨٧) من القانون المدني الأردني على: (العقد هو ارتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر وتوافقهما على وجه يثبت أثره في المعقود عليه ويترتب عليه التزم كل منهما بما وجب عليه للآخر). وقد جاء في المادة (٩٠) من نفس القانون أيضاً: (ينعقد العقد بمجرد ارتباط الإيجاب بالقبول مع مراعاة ما يقدره القانون فوق ذلك من أوضاع معينة لانعقاد العقد). وعليه يكفي التراضي لانعقاد عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية والكتابة هنا ليست لازمة للانعقاد لأنه يجوز إثبات العقد المذكور عند إغفال الكتابة بكافة طرق الإثبات كاليمن والإقرار والشهادة متى كان العقد تجارياً تطبيقاً للقواعد العامة. إلا أن صفة الرضائية في العقود ليست من النظام العالم فيجوز للأطراف الاتفاق على خلافها كأن يتفق على أن العقد لا ينعقد إلا في شكل معين بأن يكتب في صيغة رسمية أو عرفية مثلاً[3].

وإذا ما نظرنا إلى عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية، فإن الدراسة تجد أن هذا العقد ينصب على الانتفاع بالعلامة التجارية، وبالتالي فهو عقد من العقود التجارية القائمة على عمل تجاري وفقاً لمعياري تداول الثروات[4]. لأن محل هذا العقد هو العلامة التجارية والتي لها قيمة اقتصادية مضافة إلى المحل التجاري الذي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته وهذه القيمة تجعلها محلاً قابلاً للتداول من خلال المضاربة لتحقيق المردود الإيجابي لصاحبها ألا وهو

---

[1] - رمضان ابو السعود مرجع سابق ص ٣٠
[2] - حسام الدين الصغير ، مرجع سابق ص ١٤٩
[3] - عصام انور سليم ، مرجع سابق ص٢٩
[4] - عزيز العكيلي ، القانون التجاري ، الاعمال التجارية والتجار والمتجر ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ١٩٩٥ ص٥٩

الربح. ومعيار التداول[١] نص عليه في المادة السادسة من قانون التجارة الأردني. فالعمل التجاري وفقاً لهذا المعيار يسهم في تداول الثروات بقصد تحقيق الربح وغالباً لا يكون هذا الوصف إلا إذا تم العمل على سبيل الاحتراف[٢]. ويذهب البعض إلى القول، أن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية قد نشأ وتطور في بيئة تجارية ويبرم بين التجار بل ما بين شركات تجارية عملاً بهدف الاستثمار التجاري لذا يمكن القول أنه عقد تجاري تطبق عليه أحكام قانون التجارة في الدول التي تأخذ بالتفرقة ما بين القانونين المدني والتجاري مثل الأردن[٣]، وما يؤكد على تجارية هذا العقد أن العقود التجارية لا ترد أصلاً إلا على منقول[٤] ، وكما رأت الدراسة فإن العلامة التجارية وهي محل عقد الامتياز تعتبر منقولاً معنوياً وما يدعم ذلك أن تبادل الثروات أو التوسط في تداولها لا يقع أصلاً إلا على المنقولات ومنها العلامات التجارية. وعليه فإن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية هو عقد تجاري وبالتالي يكتسب الصفة التجارية .

يعتبر عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود التبادلية الملزمة للجانبين، إذ ينشأ التزامات متقابلة على طرفيه بمجرد انعقاده. وتعتبر التزامات كل من الطرفين (المانح والمستفيد) سبباً في التزامات الطرف الآخر فالمانح مثلاً يلتزم بتمكين المستفيد من الانتفاع بالعلامة التجارية ويلتزم المستفيد بدفع رسوم الامتياز .

و عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود المحددة . والعقد المحدد هو الذي يتحدد فيه وقت الانعقاد ومقدار الأداء الذي يبذله كل من الطرفين ولو انتفى التعادل بين الأدائيين[٥] والعقد المذكور يعتبر من العقود المحددة نظراً لأن وقت انعقاده يتحدد فيه التزامات كل طرف من أطرافه. فعقد الامتياز الممنوح باستعمال للعلامة ليس من قبيل العقود الاحتمالية التي لا يعرف كل طرف فيها عند انعقاده مقدار ما ينشأ عنه من حقوق لكل طرف وما يترتب عليه من التزامات، وذلك لأن تحديد مقدار ما سيكسب كل طرف أو مقدار ما سيخسر لا يمكن تحديده وقت انعقاد العقد وإنما يتحدد ذلك مستقبلاً كعقد التأمين وعقد الرهان.

يعتبر عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود المستمرة والقول بأن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية عقد مستمر معناه، أنه من عقود المدة. وعقود المدة هي العقود التي يكون الزمن أحد عناصرها الجوهرية التي يكون فيها إلتزام أحد طرفي العقد أو كليهما ممتداً في الزمن يقاس بمقياس الزمن[٦]. ويعتبر العقد المذكور من عقود المدة؛ لأنه يتم تنفيذ الالتزامات الناشئة عنه على فترات زمنية طيلة مدة سريان العقد وليس دفعة واحدة مثله مثل عقود المدة الأخرى كعقد الإيجار وعقد العمل ولأنه يقاس مدى الانتفاع بالعلامة التجارية محل هذا العقد بالزمن في كل لحظة في عقد الامتياز باستعمالها حيث يعد التزام المانح بتمكين المستفيد من الانتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الامتياز التزاماً مستمراً مما يجعل هذا العقد عقداً زمنياً مستمراً ولأنه من غير المتصور الحصول على هذا الانتفاع الإخلال مدة زمنية صغرت أو كبرت .

---

[١] - عزيز العكيلي ، مرجع سابق ، ص٥٦

[٢] - عزيز العكيلي ، مرجع سابق ، ص٦٠

[٣] - حمزة حداد ، بعض الجوانب القانونية لعقد الترخيص ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في الفترة ما بين ٢٨-١٩٩٨/٥/٢٩في جامعة لبنان نشر على شبكة الانترنت ،موقع مركز القانون والتحكيم ،ص٧

[٤] - عبد القادر العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري ، دار الشروق عمان ، ١٩٩٣، ص٢٣٠

[٥] - أنور سلطان ، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني، دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي ،بدون دار نشر،١٩٨٧.ص١٧

[٦] - أنور سلطان ، مرجع سابق ، ص١٨

ذهب البعض إلى اعتباره عقداً غير مسمى، نظراً لانه مزيجاً من عدة عقود حسب الالتزامات الواردة فيه من إجارة ومقاولة وقرض وتمثيل تجاري[١] فإذا تعهد المانح بتزويد المستفيد بالمادة الأولية التي تتكون منها السلع أو المنتجات التي تحمل العلامة التجارية مقابل ثمن معين يمكن تطبيق أحكام البيع من حيث نوعية السلعة أو المنتج وتسلميها وكيفية دفع الثمن وزمان ومكان الوفاء. وإذا تعهد المانح بتسويق أو توزيع جزء من السلع أو المنتجات التي أصبح المستفيد يصنعها أو ينتجها والتي تحمل العلامة التجارية المملوكة للمانح مقابل بنسبة معينة من ثمن البيع فقد يكيف العقد على أنه من قبل الوكالة بالعمولة. ففي مثل هذه الفروض يكون عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية أو إذا نص فيه على أحد هذه الفروض أو غيرها يعتبر عقد غير مسمى وتطبق على كل التزام وارد في العقد المذكور الأحكام الخاصة بالالتزام في العقد الأقرب له، في حين ذهب البعض الآخر[٢] إلى اعتبار العقد المذكور عقداً قائماً بذاته أسوة بغيره من العقود المستحدثة في التعامل التجاري دون الحاجة إلى استحداث قواعد جديدة لتحكمه، ولذا نادى هذا الرأي بتقريب العقد المذكور من عقد التوزيع التجاري ألحصري وبالتالي إخضاع كل شق منه إلى الأحكام التي تطبق على هذا العقد لشيوعه في التعامل التجاري ونظراً لاستقرار القواعد القانونية والاجتهاد القضائي بصدده.

وعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية في التشريع الأردني يعتبر من العقود غير المسماة؛ لأن المشرع الأردني لم يتناول هذا العقد بتنظيم قانوني متكامل بأحكام مستقلة خاصة به ومن حيث كيفية إبرامه وتنفيذه وحقوق والتزامات أطرافه وانقضائه وكل ما هناك أنه أجاز الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأحال إلى إجراءاته وكل ما يتعلق به من أمور إلى تعليمات يصدرها الوزير وتنشر في الجريدة الرسمية بموجب المادة (٢/٢٦، ٣) من قانون العلامات التجارية الأردني إلا انه لم تصدر تلك التعليمات بعد.

وترى الدراسة في هذا الصدد أن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية هو عقد غير مسمى؛ لأنه من الصعب حصر أنماط هذا العقد حصراً دقيقاً والعلة في ذلك تكمن في أن محل العقد تختلف وتتنوع باستمرار، فقد يقترن الامتياز الممنوح للعلامة التجارية بنقل المعرفة الفنية إلى المستفيد أو بالترخيص باستغلال براءة اختراع أو أي حق آخر من حقوق الملكية الصناعية. وبالتالي يجب إخضاعه إلى القواعد العامة في العقود[٣]. من حيث انعقاده وآثاره من فسخ وتفسير وغيرها من مسائل.

ان عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي :
اذ يعتبر العنصر الشخصي في هذا العقد محل اعتبار عند إبرامه وذلك على أساس أن ممنوحين الامتياز لهم يجب أن يكونوا محل ثقة المانح[٤] سواء من حيث السمعة التجارية أو المركز المالي للمستفيد، ومن جانب المستفيد فإن شهرة المانح وسمعته التجارية وشهرة علامته التجارية وقيمتها الاقتصادية محل اعتبار للتعاقد مع المانح .

وبناءاً على ذلك لا يجوز للمستفيد منح الغير امتيازا من الباطن أو التنازل عن الامتياز ولا ينتقل إلى الورثة إلا بالاتفاق على ذلك[٥]. وبما أن العقد شريعة المتعاقدين فمن الجائز أن

---

[١] - حمزة حداد ،مرجع سابق ، ص٧
[٢] - جاك الحكيم ،عقد الترخيص التجاري ، مقال نشر على شبكة الانترنت على الموقع الالكتروني www,syrinlaw.com ص١ تاريخ الدخول إلى الموقع(٢٠٠٩/٦/٢٠)
[٣] - المادة ٨٩ من القانون المدني الأردني، رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.
[٤] - ماجد عمار ، مرجع سابق ، ص٩
[٥] -المادة ٣/٢٦ من قانون العلامات التجارية الأردني، ، رقم٣٣ لسنة١٩٥٢ والمعدل بالقانون رقم ٣٤، لسنة ١٩٩٩.

يضمن أطراف العقد (المستفيد والمانح) عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ما يشاءون من شروط في حدود النظام العام والآداب العامة سواء من حيث التنازل عنه أو الامتياز من الباطن أو انتقاله إلى الورثة أو انقضائه بمجرد وفاة أحدهما وغيرها نم الشروط الجائزة. وللمحكمة أن تقرر فيما إذا كان العقد يتضمن إمكانية الامتياز من الباطن أو التنازل عنه، إذ العبرة في العقود للمقاصد والمعاني لا للألفاظ والمباني[١].

وعلى هذا النحو، فإن الدراسة تخلص إلى قول بأن العقد المذكور يعتبر من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي لذلك لا يمكن التنازل عن الامتياز أو منح امتياز من الباطن أو انتقاله إلى الورثة بوفاة أحد أطرافه أو جميعهم ما لم يكن هناك اتفاقاً بعكس ذلك[٢] وما يدلل على أن هذا العقد من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي أنه لا يمكن لأي من طرفيه (المانح والمستفيد) حال حياتهما تنفيذ هذا العقد ذو الاعتبار الشخصي إلا بنفسيهما فلا يجوز أن يستند تنفيذه إلى شخص آخر من الباطن.

وهناك مسألة مهمة في عقد الامتياز وهي رقابة الجودة ، مما لا شك فيه أن الجودة متطلب يتطلع إليه جمهور المستهلكين في كل محل تجاري تحمل العلامة التجارية بضائعه أو خدماته. فالمستفيد هو من يقع عليه الالتزام باحترام مستوى الجودة في مواجهة جمهور المستهلكين ومن ثم الحفاظ على السمعة التجارية للعلامة التجارية التي يستعملها على بضائعه أو خدماته بينما يلتزم المانح بالقيام برقابة صارمة على المستفيد أثناء تنفيذ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية لضمان جودة المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحملها علامته التجارية مما يكفل له حماية علامته التجارية محل هذا العقد. ويتميز العقد المذكور عن الأشكال الأخرى من التراخيص في مجال حقوق الملكية الفكرية بوجود متطلب للرقابة على الجودة أثناء استعمال العلامة التجارية من قبل المستفيد ، ويجب أن تكون رقابة الجودة التي تمارس على المستفيد رقابة فعلية كافية لغايات ضبط جودة السلع أو البضائع أو الخدمات التي توضع عليها العلامة[٣].

و في القانون الأردني، فأن قانون العلامات التجارية الأردني لم يتناول في بداية صدوره حكم الترخيص باستعمال العلامة التجارية وعندما أدرك المشرع الأردني أهمية الترخيص عدل المادة (٢٦) من القانون المذكور بموجب قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩ استجابة لمتطلبات الانضمام إلى منظمة التجارية العالمية واستجابة لحاجات التجارة والواقع العلمي الذي شهد إبرام عقود تراخيص باستعمال العلامات التجارية ذات الشهرة الدولية وقد أجاز هذا التعديل مشروعية الترخيص باستعمال العلامة التجارية. إلا أن المشرع الأردني لم يضع الضوابط اللازمة لحماية جمهور المستهلكين من الغش أو الخداع الذي قد يقع فيه. ذلك أن حماية مصلحة جمهور المستهلكين تعد إحدى الأهداف الرئيسية للجودة[٤]. بل أن المستهلكين أنفسهم يطالبون دوماً بحماية العلامة التجارية للتمييز بين السلع والخدمات وجودتها.

إن توفير حماية لجمهور المستهلكين تتحقق من خلال توفير السلع والمنتجات والخدمات بمواصفاتها القياسية المعتمدة وبالتالي فإن اختلاف درجة الجودة من شأنه خداع وغش جمهور

---

[١] - المادة ١/٢١٤ من القانون المدني الأردني، رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.
[٢] - المادة ٣٢قانون العلامات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ١٩٩٢
[٣] - حسام الدين الصغير مرجع سابق ص ١١٥.
[٤] - حسن ابو ناقوس ،ضبط الجودة ، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرة ، العدد ٤٣، الربع الاول ١٩٩٥، ص٣٢

المستهلكين. وفي ظل القانون الأردني لا يوجد ضوابط لحماية جمهور المستهلكين بموجب قانون العلامات التجارية الأردني، إذ لم يشترط هذا القانون رقابة الجودة في عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية وليس أمام المانح محافظة على سمعة علامته التجارية إلا أن تضمن عقد الامتياز باستعمال العلامات التجارية شرطاً مؤداه لزوم مراقبة جودة المنتجات أو السلع أو الخدمات التي تحمل علامته التجارية والتي يستعملها المستفيد على منتجاته أو سلعه أو خدماته.

لذا تقترح الدراسة على المشرع الأردني أن يتضمن قانون العلامات التجارية نصاً يقضي بأن من حقوق المانح أن يدرج في عقود الترخيص الشروط التي تكفل له مراقبة جودة المنتجات التي ينطبق عليها الترخيص، نظراً لما لرقابة الجودة من أهمية في تحقيق مصلحة جمهور المستهلكين وحمايتهم من الغش والخداع حول مصدر المنتجات والسلع التي تحمل العلامة التجارية.

مدى جواز منح الامتياز لاستعمال العلامة التجارية (الترخيص باستعمال العلامة).

يعتبر عقد الامتياز الممنوح للعلامات التجارية من العقود الحديثة نسبيا ، وهو صورة جديدة من صور التصرفات القانونية الواقعة على العلامات التجارية ، وقد قام المشرع الأردني باستحداث هذه الصورة حينما قام بتعديل قانون العلامات التجارية بالقانون رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩، حيث أجاز لمالك العلامة التجارية أن يقوم بالترخيص لشخص أو أكثر وبموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية[١].

وقد انقسم الفقه في مدى جواز الترخيص باستخدام العلامة التجارية إلى اتجاهين :

حيث تبنى الاتجاه الأول ، نظرية المصدر، والقائلة بعدم جواز الترخيص باستعمال العلامة التجارية[٢] ، وهذه النظرية تعبر عن الوظيفة التقليدية للعلامة التجارية في الدلالة على مصدر المنتجات او البضائع او الخدامات ، ويترتب على هذه النظرية عدم جواز التصرف في العلامة التجارية استقلالا عن المحل التجاري ، اذ يرى اصحاب هذه النظرية ان ملكية العلامة التجارية لا تنتقل الى الغير الا تبعا لانتقال ملكية المحل التجاري كما انها تنقضي بانقضائه ، عليه نلاحظ انه ومن خلال هذه النظرية لا يجوز لماك العلامة التجارية ان يمنح امتياز العلامة التجارية للغير ، وحق استخدام هذه العلامة فقط يكون لمالكها ، وهذه النظرية كانت سائدة في كندا[٣] ، وايضا تبنى القانون الأمريكي والانجليزي هذه النظرية[٤] ، وكذلك القانون المصري الذي لم يجز التصرف بالعلامة التجارية استقلالا عن المحل التجاري[٥] ، الا ان هذه القوانين عدلت عن هذه النظرية وأجازت ترخيص العلامة التجارية ، وبالتالي يجوز منح امتياز العلامة التجارية من قبل صاحبها للغير .

اما الاتجاه الثاني ، نظرية الضمان ، اجاز الترخيص باستعمال العلامة التجارية ، والتي ظهرت نتيجة لتطور وظيفة العلامة التجارية من انها اداة تستخدم للدلالة على مصدر المنتجات او البضائع او الخدمات ، و أصبحت اداة ضمان لجودة المنتجات او البضائع او

---

[١] - المادة ٢/٢٥، من قانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢، المعدل بالقانون رقم ٣٤ لسنة ٩٩

[٢] - حسام الدين الصغير مرجع سابق ص٤٦

[٣] - محمود احمد الكندري،أهم المشكلات العملية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويت، العدد الرابع ٢٠٠٠ ص١١

[٤] - حسام الصغير ، مرجع سابق ص٤٣

[٥] - محمد صالح بك، شرح القانون التجاري المصري ، مكتبة عبدالله وهبة، ج٢ ، مصر ١٩٤٥، ص٣٠٦

الخدمات[1] ، ونتيجة هذا التطور ظهرت نظرية الضمان[2] ، والتي بموجبها يجوز التصرف بالعلامة التجارية استقلال عن المحل التجاري ، وعليه يجوز لمالك العلامة التجارية منح امتياز العلامة التجارية للغير ، وقد تبنى القضاء الأمريكي والانجليزي هذه النظرية[3] ، وكذلك فعل الفقه الفرنسي[4] ، وكذلك فعل المشرع المصري اذ اجاز الترخيص باستعمال العلامة التجارية[5] .

وترى الدراسة ان هذا الاتجاه ، هو الاقرب للواقع العملي ، لان العلامات التجارية أصبحت تشكل لدى جمهور المستهلكين الضمان والثقة لجودة هذه المنتجات او الخدمات التي تحمل العلامة التجارية.

اما القانون الاردني ، فقد تبنى في بداية الامر نظرية المصدر وذلك من خلال قانون العلامات التجارية رقم ٣٣/لسنة ١٩٥٢ قبل التعديل ، من حيث ضرورة ربط التصرف في العلامات التجارية بالمحل التجاري ، حيث لم يكن يجز التصرف بالعلامة التجارية استقلالا عن المحل التجاري ، وبالتالي لا يمكن لمالك العلامة التجارية منح امتياز العلامة التجارية لشخص اخر ، ويمكن ملاحظة ذلك من خلال تعريف العلامة التجارية الوارد في المادة ٢ من قانون العلامات التجارية والتي تنص على (" اية علامة استعملت او كان في النية استعمالها على اية بضائع او فيما تعلق بها للدلالة على ان تلك البضائع تخص صاحب العلامة بحكم صنعها او انتخابها او الشهادة او الاتجار بها او عرضها للبيع ") .ومن خلال هذا التعريف تلاحظ الدراسة تأكيد المشرع الاردني على الوظيفة التقليدية للعلامة التجارية وهي الدلالة على مصدر البضائع ، كما نصت المادة ١/١٩ على : (" يتم تحويل العلامة التجارية ونقلها بعد تسجيلها مع اسم وشهرة المحل التجاري المختص بالبضائع التي سجلت العلامة بشأنها وتنتهي بزوال ذلك المحل وشهرته "). وهذه دلالة واضحة على ان المشرع الاردني قد اخذ بنظرية المصدر .

ولكن المشرع الاردني قام بتعديل قانون العلامات التجارية[6] ، واجاز في المادة (١/١٩) (١/١٩) المعدله منه التصرف بالعلامة التجارية بصورة مستقلة عن المحل التجاري بقولها ("١- يجوز نقل ملكية العلامة التجارية او التنازل عنها او رهنها دون نقل ملكية المحل التجاري الذي يستعمل العلامة التجارية في تمييز بضائعه او التنازل عنه او رهنه كما يجوز الحجز على العلامه التجارية مستقلة عن المحل التجاري"). وعليه يجوز منح امتياز العلامة التجارية .

كما اشار المشرع الى جواز منح الاذن للغير بأستخدام العلامة التجارية وذلك بالترخيص له بأستعمال العلامة التجارية وذالك من خلال نص المادة (٢،٣/٢٦) من قانون العلامات التجارية والتي قالت ("٢. لمالك العلامة التجارية ان يرخص لشخص او اكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه او بعضها

---

[1] -صلاح زين الدين ، تعريف العلامة التجارية في القانون الأردني ،مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكريةالعدد٣٤ الربع الرابع ص٢٧

[2] - حسام الدين الصغير مرجع سابق ص٥٠

[3] - محمود احمد الكندري، مرجعسابق ص١١٥

[4] - حسام الدين الصغير مرجع سابق ص٣٩

[5] - محمد حسني عباس،الملكية الصناعية أو طريق انتقال الدول النامية إلى عصر التكنولوجيا،بلا دار نشر،بدون طبعة ،١٩٦٧.ص٣٥٢

[6] - قانون العلامات التجارية الاردني رقم ٣٤ لسنة ١٩٩٩

ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ولا يجوز ان تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها .

٣. تحدد اجراءات تسجيل عقد الترخيص وتجديده والمنطقة الجغرافية المحددة لتطبيقه والتنازل عنه وشطبه واي امور تتعلق به بمقتضى تعليمات يصدرها الوزير ويتم نشرها في الجريدة الرسمية")(علما ان التعليمات لم تصدر بعد) .

وعليه تلاحظ الدراسة ان المشرع الاردني قد تبنى نظرية الضمان في النظر الى وظيفة العلامة التجارية التي أصبحت اداة ضمان لجودة المنتجات او البضائع او الخدمات بعدما كانت اداة تدل على مصدر المنتجات او البضائع او الخدامات ، ومن خلال ما تقدم تخلص الدراسة الى القول انه يجوز منح الامتياز باستعمال العلامة التجارية ، حيث انه يعتبر صورة جديدة من صور التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية ، وانه عمل مشروع .

الفصل الأول

نطاق التنظيم القانوني لتراخيص الامتياز في العلامات التجارية

هناك وجهين قانونيين أساسيين لعقد الامتياز الممنوح للعلامات التجارية يحددان الإطار القانوني الذي يخضع له هذا العقد بشكل عام . الوجه الأول: أن عقد الامتياز يخضع للقواعد العامة للعقود المنصوص عليها في القوانين المدنية و التجارية ، والوجه الثاني: يخضع عقد الامتياز للشروط الخاصة المنصوص عليها في تشريعات الملكية الفكرية، و حيث أن محل العقد هو العلامة التجارية ، فيكون العقد خاضعا لقانون العلامات التجارية [1].

بداية تقتضي الإشارة إلى أن المشرع الأردني لم ينظم عقد أو علاقة الامتياز من خلال تشريعات خاصة به ، حيث أن علاقة الامتياز الناشئة بين مانح الامتياز والمتلقي هي وليدة العقد المنظم لتلك العلاقة بينهما ، وبالتالي فإنها تشبه أية علاقة تعاقدية محكومة بشروط وبنود الاتفاق الموقع بين الأطراف ، ومن هنا تبرز أهمية عقد الامتياز باعتباره المرجع الأساسي لتنظيم حقوق والتزامات كل من الطرفين تجاه بعضهما بعضاً ، ويقع عقد الامتياز تحت مظلة العقود التجارية من حيث كونه نشاطاً تجارياً يهدف إلى تحقيق الربح ، حيث يخضع عقد الامتياز للقواعد العامة للعقود المنصوص عليها في القانون المدني و التجاري مثل شروط انعقاد العقد و أهلية و رضاء المتعاقدين وما شابه، هذا من ناحية ، كما يخضع هذا العقد من ناحية ثانية، لقانون العلامات التجارية ، و في الأردن يخضع لقانون العلامات التجارية الأردني رقم (٢٩) لسنة ٢٠٠٧ المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢. و تجدر الإشارة إلى أن القوانين الحديثة للملكية الصناعية تنص عادة على بعض القواعد المتعلقة بترخيص حقوق الملكية الصناعية كأن تنص مثلاً على أي نوع من الشروط يكون مسموحاً به في عقد الترخيص و أية شروط تكون غير مقبولة[2].

العقد المكتوب الذي يثبت الاتفاق الحاصل بين الطرفين فيما يتعلق بمنح امتيازا لعلامة التجارية يعكس كل الجوانب المذكورة أعلاه لهذا العقد و يحتوي على بنوداً ينظمها. و كثيراً ما يكون هناك عدداً من الملاحق باتفاقية الامتياز تبين بالتفصيل خطط التوزيع و التسويق و كل العناصر التي هي بحاجة لدليل تفصيلي يتوجب على المستفيد من حق الامتياز التقيد به .

ومن الجدير بالذكر أن المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو وضعت توصية مشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية[3]، والتي تتضمن أحكام تهدف إلى تنظيم الشروط الشكلية لتقييد تراخيص العلامات التجارية وتبسيطها ، وحيث ان الاردن كغيره من الدول عضو في منظمة الويبو ، فأنه يمكن الاسترشاد بهذه التوصية في عقود منح الامتياز للعلامات التجارية ، وستقوم هذه الدراسة بالرجوع الى هذه الاحكام واخذها بعين الاعتبار عند البحث في جوانب عقد الامتياز للعلامات التجارية ومدى توافقها مع نصوص القانون الاردني والمقارن .

---

[1] - ماجد عمار ، عقد الامتياز التجاري ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية، القاهرة ، ١٩٩٢، ص٦.

[2] - المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الويبو ، جنيف ، منح التراخيص والامتيازات للعلامات ، وثيقة من إعداد المكتب الدولي للويبو لإغراض ندوة تدريبية عن العلامات التجارية ،ص٥ ، دبي ، ٢٤و٢٥ مارس /آذار ١٩٩٧.

[3] - تم اعتماد التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية التي تشمل نص الأحكام الذي اعتمدته اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية في دورتها الرابعة (من ٢٧ إلى ٣١ مارس/آذار ٢٠٠٠) ، في دورة مشتركة في جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في سلسلة الاجتماعات الخامسة والثلاثين لجمعيات الدول الأعضاء في الويبو (من ٢٥سبتمبر/أيلول إلى ٣ أكتوبر/تشرين الأول ٢٠٠٠) .

من خلال ما سبق نلاحظ أن عقد الامتياز يخضع لأكثر من قانون أو تنظيم قانوني بنفس الوقت بحسب موضوعه. فهو يخضع بالدرجة الأولى لقانون العقود من حيث انه عقد[1]، فلا بد فيه من رضاء الطرفين ، إيجاب و قبول ، و هو يخضع للقوانين الخاصة بعقود التوزيع، من حيث هو عقد توزيع[2]، خاصة في حال تضمن شرط بالحصرية، و التراخيص الواقعة على العلامة التجارية و غيرها من عناصر الملكية الفكرية مثل البراءة أو حق المؤلف، تكون خاضعة للقوانين المقابلة ، فترخيص العلامة، مثلاً، يكون خاضعاً لواجب التسجيل من أجل نفاذه تجاه الأشخاص الآخرين، و ما تم بيانه أعلاه بخصوص عقد ترخيص العلامة ينطبق أيضاً على هذا الجانب من عقد الامتياز.

وعليه سيقوم هذا البحث بتقسيم نطاق عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية إلى مبحثين ، حيث سيتناول المبحث الأول الجوانب الشكلية لتراخيص امتياز العلامة التجارية ، والمبحث الثاني سيتناول الجوانب الموضوعية لتراخيص امتياز العلامات التجارية .

المبحث الأول

الجوانب الشكلية لتراخيص الامتياز الممنوحة للعلامة التجارية

المقصود بالجوانب الشكلية ، الإجراءات القانونية التي يتم من خلالها تنظيم عقد منح امتياز العلامة التجارية ، والذي يتم بين مانح الامتياز والمستفيد . حيث أن عقد منح امتياز العلامة التجارية يتضمن كثير من التفصيلات ، والبيانات والعناصر التي تحدد بنيان هذا العقد، لقد أوردت التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية بعض الأحكام التي يمكن الاسترشاد بها ، وترمي التوصية المشتركة الى تنسيق الشروط الشكلية لتقييد تراخيص العلامات التجارية وتبسيطها، ومن خلال الأحكام التي وردت في التوصية المشتركة يمكن استخلاص بعض الجوانب الشكلية لعقد الامتياز الممنوح للعلامات التجارية، كتقييد الترخيص لدى الجهة المختصة التي حددها القانون لذلك .وهذا يستلزم أن يكون العقد مكتوبا ، كما يستلزم هذا العقد توقيع الإطراف عليه ، وقد تقتضي أنظمة بعض الدول على أن يحرر هذا العقد بلغة معينة. وعليه يجب أن تتوفر شروط شكلية في هذا العقد، وإلا اعتبر العقد باطلا[3]، وهذه الشروط هي الكتابة ، والتوقيع ، والترجمة ، والتوثيق.

المطلب الأول : كتابة العقد و توقيع الأطراف عليه وطرق إثباته.

تقتضي قوانين العديد من الدول إبرام عقد الامتياز خطيا وعرضه لإغراض القيد على سلطاتها المختصة ، وتنص قوانين بعض الدول عادة على أن العقد غير المقيد لا اثر قانوني

---

[1] - المنظمة العالمية للملكية الفكرية ،جنيف ، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية ، عمّان، من ٦ إلى ٨ أبريل/نيسان ٢٠٠٤ ، الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني ، طارق حموري ص٦

[2] - ماجد عمار ، مرجع سابق ، ص٢٠

[3] - المادة ٥١ من قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

له تجاه الغير ، وهذا يعني أن أي شخص أو كيان يكتسب حقوق علامة مسجلة لن يكون ملزما بموجب عقد لا علم له بوجوده [1].

إلا أن هناك أسباب عملية تفرض أن يكون عقد منح الامتياز للعلامة التجارية مكتوبا، فالتعقيدات الخاصة في هذا العقد وشروطه ، ومدة العقد و حقوق أطرافه والتزاماتهم ، واثبات هذه الوقائع تفرض ضرورة الكتابة فيه[2] .

وعليه نلاحظ أن الكتابة عنصر مهم وجوهري وذلك أن الاتفاق الحاصل بين طرفي العقد من الصعب إثبات جميع عناصره بغير الكتابة ، مع انه جائز . ولكن ضمانا لحقوق الأطراف والغير المتعامل معهم يتم كتابة عقد الامتياز الممنوح للعلامة الجارية بهدف إثبات التصرفات القانونية بين أطرافه ، وبالرجوع إلى القواعد العامة في القانون الأردني نجد أن القاعدة العامة في إثبات التصرفات القانونية هي أن الكتابة لازمة لإثبات التصرفات المدنية التي تزيد قيمتها على مائة دينار، أو إذا كانت غير محددة المقدار. وغير لازمة إذا كان التصرف تجاريا وهذا ما نصت عليه المادة (١/٢٨) من قانون البينات الأردني رقم (٣٠) لسنة ١٩٥٢[3].والمعدل بالقانون رقم (٣٧) لسنة ٢٠٠١[4]. في قولها :(ا- إذا كان الالتزام التعاقدي في غير المواد التجارية يزيد على مائة دينار أو كان غير محدد المقدار فلا تجوز الشهادة في إثبات وجود الالتزام أو البراءة منه ما لم يوجد اتفاق أو نص يقضي بغير ذلك.
ب- مع مراعاة أحكام أي قانون خاص يجوز الإثبات بالشهادة في الالتزامات التجارية مهما بلغ مقدارها وفي الالتزامات المدنية إذا لم تزد على مائة دينار) ، ويعتبر عقد منح امتياز العلامة من العقود التجارية وحيث أن الأعمال التجارية تخضع عند إثباتها لمبدأ حرية الإثبات ، فانه يجوز إثبات هذا العقد بكافة طرق الإثبات وهذا المبدأ تقرر في المادة (٥١) من قانون التجارة الأردني حيث نصت بقولها : (لا يخضع إثبات العقود التجارية مبدئيا للقواعد الحصرية الموضوعة للعقود المدنية ، فيجوز إثبات العقود المشار إليها بجميع طرق الإثبات مع الاحتفاظ بالاستثناءات الواردة في الأحكام القانونية الخاصة).

وهذا المبدأ تقرر بما يتفق وطبيعة الأعمال التجارية التي تقوم على السرعة والثقة والائتمان وتسهيلا على التجار للقيام بأعمالهم التجارية . وقواعد الإثبات لا تتعلق بالنظام العام لذلك فأنه يجوز الاتفاق على أن يكون الإثبات في الأعمال التجارية بالكتابة ، وفي هذه الحالة لا يجوز الإثبات بغير الكتابة [5].

أما فيما يتعلق بتراخيص الامتياز الممنوحة للعلامات التجارية ، فان هذه الدراسة تعتقد أن الكتابة ركن أساسي في هذا العقد ، وذلك أن محل العقد هو العلامات التجارية ، وحيث أن قوانين كثير من الدول تستلزم تسجيل العلامة التجارية لدى الجهات المختصة في سجل خاص بالعلامات التجارية وذلك حتى يكون نافذا في مواجهة الغير إذ لا يعتبر حجة على الغير إلا بتسجيله ، وعليه كان من الضروري تسجيل أي تصرف قانوني يقع على العلامة التجارية ، بما في ذلك الترخيص للغير باستخدامها .

---

[1] - المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، الويبو ، جنيف ، منح التراخيص والامتيازات للعلامات ، وثيقة من إعداد المكتب الدولي للويبو لإغراض ندوة تدريبية عن العلامات التجارية ،ص٤ ، دبي ، ٢٤و٢٥ مارس /آذار ١٩٩٧
[2] - ماجد عمار ، مرجعسابق ، ص١٣٨
[3] - الجريدة الرسمية ، العدد(١١٠٨)، نشر بتاريخ ١٩٥٢/٥/١٧م ، ص٢٠٠ .
[4] - الجريدة الرسمية ، العدد(٤٥٠١)، نشر بتاريخ٢٠٠١/٨/١٦، ص ٣٣٣٠ .
[5]- سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية ، دار النهضة ، القاهرة ،١٩٨٧،ص١٣.

وعليه نلاحظ أن الكتابة ليست شرطا للانعقاد وإنما هي شرط للإثبات[1] ، وشرط لازم للقيام بإجراءات تسجيل عقد الامتياز ، وكذلك فان الواقع العملي هو الذي يفرض أن يكون عقد الامتياز مكتوبا ، وذلك ضمانا لحقوق كلا الطرفين فمانح الامتياز قد يدعي على المستفيد بالتقليد والمنافسة غير المشروعة، إذا ما حصل خلاف بينهما ، وقد ينكر المستفيد احد الشروط المتفق عليها كشرط قصر شراء المواد الأولية من مانح الامتياز مثلا ، وعليه كانت الكتابة لازمة لعقد الامتياز العلامات التجارية .

يحتوي عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية على الشروط والإحكام التي تنظم العلاقة بين أطرافه ، مانح الامتياز والمستفيد، ويمكن اعتبار هذه الشروط والإحكام بمثابة القانون للأطراف المتعاقدة على أن لا تخالف النظام العام والآداب .

يتضمن عقد منح الامتياز للعلامات التجارية ،الديباجة والشروط والأحكام التي تم الاتفاق عليها بين الأطراف ،وتحديد محل العقد وهو العلامة التجارية تحديدا دقيقا ، كما يتضمن العقد التعاريف الخاصة بالمصطلحات المعتمدة فيه ، ويقوم كل طرف في العقد بتقديم الأهداف التي يرغب في تحقيقها من وراء إبرام هذا العقد ، وأيضا يبين أطراف العقد تحفظاتهم على هذا العقد كل ذلك بهدف الوصول إلى الفائدة عند إبرام هذا العقد .كما يتضمن العقد توقيع أطرافه عليه .

بنود عقد الامتياز الممنوح للعلامات التجارية

بداية سوف تسترشد الدراسة بالتوصية المشتركة ، بشأن تراخيص العلامات التجارية والتي أقرتها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للملكية الفكرية الويبو في دورتها الرابعة ،(من ٢٧ إلى ٣١ مارس/آذار ٢٠٠٠) .

١- الديباجة : يبدأ عقد منح الامتياز للعلامات التجارية بالديباجة ، والتي تتضمن عادة أهداف هذا العقد وشروطه وأحكامه[2]، ويبدأ عادة بإيراد أسماء الأطراف وصفاتهم. ويتم في المقدمة وضع التعريف بشكل مختصر عن كل من مانح الامتياز، والمستفيد ، والإشارة إلى نشاطهم الاقتصادي الذي يشكل الخلفية العامة لارتباطهم بعقد امتياز العلامة. فتذكر المقدمة مثلاً بأن مانح الامتياز يقوم بصناعة المنتجات بجودة عالية و يوزعها دولياً تحت العلامات المعروفة دولياً، ويتم ذكر المنتجات التي ستوضع العلامة عليها ، ثم تبين أن المستفيد من الامتياز له مصنع، ذو خبرة لنفس النوع من المنتجات و موزع دولي لها، و هو يرغب بأن يصنع و يوزع هذه المنتجات تحت علامات معينة من تلك التي يملكها مانح الامتياز ، و يوزعها في مناطق معينة من العالم تحت هذه العلامات[3].

وتتضمن الديباجة نبذة مختصرة عن مانح الامتياز ، وكذلك المراكز النموذجية والمحلات التجارية والمؤسسات التابعة له ، وكذلك يمكن تضمين الديباجة الأشخاص والمؤسسات التي قام مانح الامتياز بالترخيص لها لاستعمال علامته التجارية . وأيضا يمكن أن تتضمن الديباجة رقم المبيعات التي حققها مانح الامتياز ، والأرباح المتوقعة من هذا الاستثمار كما أن للمستفيد من الامتياز أن يذكر كيفية استفادته من العلامة التجارية محل العقد

---

[1] - فايز نعيم رضوان ، عقد الترخيص التجاري ، الطبعة الأولى، مطبعة الحسين الإسلامية ، القاهرة ،١٩٩٠،ص١٣٩
[2] - منح ترخيص وامتياز العلامة التجارية ،مرجع سابق ،ص٥
[3]- فايز نعيم رضوان ، مرجع سابق ، ص١٤٠

ومدى استقلاله في مباشرة نشاطه التجاري[١] ، وقد يتفق الأطراف على أن تكون الديباجة جزاء من العقد ، وبالتالي تكون ملزمة لهم بما ورد فيها ، حيث أنها تعبر عن الإرادة الحقيقية للمتعاقدين[٢] .

تبرز أهمية الديباجة من كونها مصدرا تفسيريا لالتزامات طرفي العقد ، عند قيام نزاع أو خلاف بينهم ، حيث انه من خلال الديباجة يمكن التعرف على النية الحقيقية لإطراف العقد ، وتفسير بنود العقد إذا لم تسعف هذه البنود لتحديد تلك النية[٣] .

من خلال ما تقدم نلاحظ انه قد تختلف بنود عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، نظرا لاختلاف النشاط التجاري لإطراف العقد .ولقد أوردت التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية[٤] ، وفي المادة الثانية بعض العناصر والبيانات التي يمكن لإطراف عقد الامتياز الاسترشاد بها عند إبرام العقد .

ومن هذه العناصر والبيانات التي تم ذكرها في التوصية هي[5] ،(اسم صاحب التسجيل وعنوانه ؛ والمقصود بصاحب التسجيل ، الشخص المذكور بهذه الصفة في سجل العلامات[٦] ، وهو الشخص الذي يملك حق التصرف بالعلامة موضوع العقد ويطلق عليه هنا اسم مانح الامتياز، وأيضا قد يتضمن العقد ،اسم ممثل صاحب التسجيل وعنوانه ، إذا كان لصاحب التسجيل ممثل ؛ وعنوان لمراسلة صاحب التسجيل ، إذا كان له عنوان من ذلك القبيل ؛ وأيضا اسم المرخص له وعنوانه ؛ وهو الشخص الذي منحه صاحب التسجيل ترخيصا ، ويطلق عليه اسم المستفيد من الامتياز ، أيضا يمكن تضمين العقد اسم ممثل المرخص له وعنوانه ، إذا كان للمرخص له ممثل ؛ وعنوان لمراسلة المرخص له ، إذا كان له عنوان من ذلك القبيل ؛ ويذكر في العقد أيضا اسم دولة يكون المرخص له من مواطنيها إذا كان من مواطني دولة ما ، واسم دولة يكون للمرخص له فيها محل إقامته ، إن وجد ، واسم دولة تكون للمرخص له فيها مؤسسة صناعية أو تجارية حقيقية وفعلية ، إن وجدت ؛ وإذا كان صاحب التسجيل أو المرخص له شخصا معنويا ، الطابع القانوني لذلك الشخص والدولة وكذلك الوحدة الإقليمية ، عند الاقتضاء ، داخل تلك الدولة التي نُظم بناء على قانونها الشخص المعنوي المذكور ؛ ويضمن العقد رقم تسجيل العلامة موضع الترخيص ؛ وأسماء السلع أو الخدمات موضع الترخيص الممنوح ، مجموعة وفقا لأصناف تصنيف نيس ، على أن تكون كل مجموعة مسبوقة برقم الصنف الذي تنتمي إليه تلك المجموعة من السلع أو الخدمات في ذلك التصنيف ومقدمة حسب ترتيب أصناف التصنيف المذكور ؛ ويحدد في العقد إن كان الترخيص ترخيص استئثاري أو ترخيص غير استئثاري أو ترخيص حصري ، عند الاقتضاء ؛ وأن الترخيص يخص جزءا من الأراضي التي يشملها التسجيل فقط مع بيان صريح بذلك الجزء من الأراضي ، عند الاقتضاء ؛ ومدة الترخيص ؛وتوقيع أطراف العقد .

٢- تحديد موضوع عقد الامتياز : يجب أن يتضمن عقد منح الامتياز تحديدا لموضوعه ، فيحدد محل العقد ، وهو العلامة التجارية . ويتضمن عقد الامتياز التجاري أيضا

---

[١] - المرجع نفسه ، ص١٤١.
[٢] - علاء عزيز الجبور ، عقد الترخيص دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ، عمان ،٢٠٠٣، ص٩٢
[٣]- محسن شفيق ، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية ، مطبوعات جامعة القاهرة ، القاهرة ، ١٩٤٨،ص٦٥.
[٤] - التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية، والتي أقرتها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية ،بتاريخ ٣١ مارس/آذار ٢٠٠٠ .
[٥]- التوصية المشتركة ،المرجع السابق نفسه ، المادة الثانية الفقرة الأولى .
[٦]- التوصية المشتركة ، المرجع السابق نفسه ،المادة الأولى الفقرة الخامسة.

بيان حقوق مانح الامتياز ، وذلك بعد أن يقدم الوثائق التي تؤكد حقوقه على العلامة ، ويتم كذلك بيان القواعد والأحكام التي تم الاتفاق عليها في العقد والمتعلقة بكيفية استخدام العلامة من قبل المستفيد ، ومتى يتوقف العقد وينتهي والآثار التي تترتب على انتهائه. وغير ذلك من المسائل التي تم التفاوض ثم الاتفاق عليها مسبقا بين أطراف العقد . ويقوم بأعداد هذا العقد عادة أشخاص ذوي خبرة في مجال إعداد عقود الامتياز ، خصوصا في مجال العلامات التجارية ، وعادة ما يكونوا خبراء قانونيين ، وذلك لما تتطلبه صياغة هذه العقود من دقة عند استخدام الألفاظ والمصطلحات ، فلا بد أن تكون صياغة العقد محكمة من الناحية القانونية واللغوية .

٣- المصطلحات الخاصة بعقد منح الامتياز للعلامات التجارية : من البديهي أن يتضمن أي عقد تجاري مصطلحات خاصة فيه ، ويتم ذكر التعريفات الخاصة بمصطلحات العقد في بدايته، حيث يتم في بداية العقد إيراد بند خاص يسمى عادة التعابير المختصرة ، يذكر فيه التعريفات الخاصة بالعقد ، وقد أوردت التوصية المشتركة لتراخيص العلامات التجارية وفي المادة الأولى منها بعضا من المصطلحات الخاصة بهذا العقد ، وهي على سبيل المثال لا الحصر ، مثلا : ذكرت المادة الأولى في الفقرة الرابعة من التوصية : ("٤" وتعني كلمة "العلامة" العلامة المتعلقة بالسلع (العلامة التجارية) أو بالخدمات (علامة خدمة) أو العلامة المتعلقة بالسلع والخدمات) . وفي الفقرة الثامنة ،("٩"وتعني عبارة "الترخيص ألاستئثاري" الترخيص الذي يمنح لمرخص له واحد فقط ويحول دون انتفاع صاحب التسجيل بالعلامة ودون منح تراخيص لأي شخص آخر).وفي الفقرة التاسعة ("١٠" وتعني عبارة "الترخيص ألحصري" الترخيص الذي يمنح لمرخص له واحد فقط ويحول دون منح صاحب التسجيل تراخيص لأي شخص آخر ولكنه لا يحول دون انتفاع صاحب التسجيل بالعلامة).

يتم كتابة العقد و المصطلحات والتعريفات الخاصة به بلغة الأطراف المتعاقدة ، إذا كانا من نفس المنطقة ، ويمارسان النشاط التجاري فيها أو أي لغة يتم الاتفاق فيما بين الأطراف عليها[1] ، والغالب الأعم أنها تكتب بلغة الأطراف وذلك للرجوع إليها في حال حصول خلاف أو نزاع ، حول مضمون العقد وكيفية تنفيذه[2] ، أما إذا كان المتعاقدان مانح الامتياز والمستفيد من دولتين مختلفتين في اللغة ، في هذه الحالة يتم إبرام العقد باللغة الرسمية للبلد الذي يقيم فيه المستفيد، أما مانح الامتياز فيقوم بترجمة نسخة العقد الخاصة به بواسطة مترجم محلف[3].

نصت اتفاقية تراخيص العلامات التجارية في المادة الثانية الفقرة الرابعة على : ((٤) [*اللغة والترجمة*]

(أ) يجوز للدولة العضو أن تقتضي تقديم الالتماس باللغة أو أحدى اللغات التي يقبلها المكتب .

(ب) إذا لم تكن الوثيقة المشار إليها في الفقرة (٢)(ب)"١" أو "٢" باللغة أو أحدى اللغات التي يقبلها المكتب ، جاز للدولة العضو أن تقتضي أن يكون الالتماس مصحوبا بترجمة مصدقة للوثيقة المطالب بها باللغة أو أحدى اللغات التي يقبلها المكتب) .

[1] - نعيم مغبب ، الفرنشايز،دراسة في القانون المقارن ،الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت ،٢٠٠٦ ،ص١٨٠
[2] - علاء عزيز الجبور،مرجع سابق ، ص٩٤
[3] - نعيم مغبب ،مرجع سابق، ص١٨١

من خلال هذه النصوص نلاحظ أن التوصية أجازت أن يكون العقد بأحد اللغات التي يقبلها المكتب ،(الجهة التي كلفتها الدولة العضو بتسجيل العلامات) ، أو أن تكون بأحد اللغات التي يقبلها المكتب .

وترى الدراسة انه من الأفضل أن يكتب العقد بلغة المستفيد ، وذلك انه هو الطرف الأضعف في العقد ، وكذلك أن الاستثمار واستغلال العلامة سيكون غالبا في البلد الذي يقيم المستفيد فيه ، لذلك يفضل أن يكون العقد باللغة المستفيد .

٤- التوقيع على العقد : بعد أن تم الاتفاق بين أطراف العقد على جميع عناصره يتم إفراغ عقد منح امتياز العلامة التجارية في محرر، حيث يكتب فيه العناصر المتفق عليها ، من حقوق والتزامات الأطراف ومحل العقد ، وشروطه . وبعد ظهور العقد بصورته النهائية ، يقوم أطراف العقد أو ممثليهم الرسميين بالتوقيع عليه ، وبهذا يبدأ بتنفيذ العقد[١].

و يعتبر التوقيع احد عناصر العقد لاعتماده كدليل كتابي يستخدم من اجل إثبات المعاملات المدنية والتجارية . والتوقيع إما أن يكون خطيا، وإما أن يكون بالبصمة ختما أو إصبعا[٢]، فالتوقيع الخطي يكون بيد من ينسب إليه المحرر بحيث يكون محدداً لشخصية الموقع حتى ولو لم يكتب المحرر بخط يده، وتجدر الإشارة على أن المشرع المصري أعتمد التوقيع باليد أو بالختم أو ببصمة الأصبع[٣] ويشترط وجود شاهدين .

وقد أوردت في التوصية المشتركة لتراخيص العلامات التجارية ، وفي المادة الثانية ، الفقرة الأولى منها : ("١٤" وتوقيع وفقا لما هو محدد في الفقرة ٢) ، والفقرة الثانية من المادة الثانية أوردت :

(أ- تقبل الدولة العضو توقيع صاحب التسجيل أو ممثله ، سواء كان مصحوبا بتوقيع المرخص له أو ممثله أو لم يكن .

ب- تقبل الدولة العضو أيضا توقيع المرخص له أو ممثله حتى إذا لم يكن مصحوبا بتوقيع صاحب التسجيل أو ممثله شرط أن يكون مصحوبا بأحد العنصرين التاليين :

"١" مستخرج من عقد الترخيص يبين الأطراف والحقوق موضع الترخيص ويكون مصدق من قبل موثق للعقود (كاتب عدل) أو أية سلطة مختصة عامة أخرى ، باعتباره مستخرجا صحيحا من العقد .

"٢" وبيان غير مصدق بالترخيص يكون معدا وفقا للشكل والمضمون المقررين في استمارة بيان الترخيص الواردة في مرفق هذه الأحكام وموقعا من صاحب التسجيل أو ممثله والمرخص له أو ممثله).

---

[١]- فايز نعيم رضوان ، مرجع سابق، ص١٤٣

[٢] - المادة ١٠ من قانون البينات الأردني ،قانون رقم (٣٠) لعام ١٩٥٢،

[٣] - المادة من ١٠ اقانون الإثبات المصري رقم ٢٥ لسنة ١٩٦٨ ، معدلا بالقانون ٢٣ لسنة ١٩٩٢،

من خلال هذه المادة يتضح انه يجب أن يتضمن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية توقيع أصحاب العلاقة عليه وهم مانح الامتياز والمستفيد ، أو ممثليهم الرسمين .مع مراعاة الأحكام الواردة في التوصية .

المطلب الثاني : تسجيل عقد امتياز العلامة التجارية.

كما ذكرنا سابقا بأن قوانين بعض الدول تقتضي إبرام عقد الامتياز خطيا ، وذلك من اجل تقيده لدى الجهة المختصة ، وإذا لم يسجل هذا العقد فليس له اثر قانوني في مواجهة الغير[1] . وعليه يشترط البعض تسجيل العقد[2]، ويرى البعض أنه لا يشترط تسجيل العقد ، إلا أذا تضمن بيع محل العقد التجاري أو التنازل عنه[3] .

بالرجوع إلى نص المادة الثالثة من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٢٩) لسنة ٢٠٠٧ ، المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢، وفي الفقرة الأولى منه والتي تنص على :(١- ينظم في الوزارة تحت إشراف المسجل سجل يسمى (سجل العلامات التجارية) تدون فيه جميع العلامات التجارية وأسماء مالكيها وعناوينهم وما طرأ على هذه العلامات من الأمور التالية:

أ- أي تحويل أو تنازل أو نقل ملكية أو ترخيص من مالكها للغير باستعمالها ويستثنى التسجيل ما في عقد الترخيص من سرية.

ب- الرهن أو الحجز الذي يوقع على العلامة التجارية أو أي قيد على استعمالها).

من خلال هذه المادة نلاحظ أن القانون الأردني اوجب تسجيل العلامات التجارية في سجل خاص يسمى سجل العلامات التجارية ، والذي يدون فيه أيضا ما يطرأ على العلامات التجارية من أمور ومن ضمنها الترخيص للغير باستخدامها ، أو التنازل عنها أو نقل ملكيتها . باستثناء ما يتضمن العقد من سرية .

كما نصت المادة (٢/٢٥ و ٣/٢٥) من قانون العلامات التجارية الأردني على: "٢) لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي موثق لدى المسجل باستعمال علامته التجارية لجميع بضائعه أو بعضها ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها.وهي عشرة سنوات قابلة للتجديد.
٣) تحدد إجراءات تسجيل عقد الترخيص وتجديده والمنطقة الجغرافية المحددة لتطبيقه والتنازل عنه وشطبه وأي أمور تتعلق به بمقتضى تعليمات يصدرها الوزير ويتم نشرها في الجريدة الرسمية."

وترى الدراسة انه يؤخذ على المشرع الأردني انه لم يصدر حتى الآن تعليمات للغرض المنصوص عليه في المادة (٣/٢٥) من قانون العلامات التجارية، حيث انه لم تصدر تعليمات

---

[1]- وثيقة من إعداد ،المنظمة العالمية للملكية الفكرية، مرجع سابق ص ٤
[2] - نعيم مغيب، مرجع سابق،ص١١٥
[3]- فايز نعيم رضوان ، مرجع سابق ، ص ١٣٩

من الوزير تحدد إجراءات تسجيل عقد الترخيص وكيفية تجديده ونطاق هذا العقد ، وإنما الأمر متروك للقواعد العامة، والى اتفاق أطراف العقد ، كما بينت هذه الدراسة. مع أن المشرع الأردني اوجب تسجيل جميع التصرفات القانونية التي تطرأ على العلامة التجارية ، في سجل العلامات التجارية.

كما يجوز لمالك العلامة التجارية أن يرخص لغيره حق امتياز العلامة التجارية. وذلك حسب الاتفاق المبرم بين الإطراف على أن يتم تسجيل ذلك العقد في سجل العلامات التجارية .

لكن، ومع هذا، تتساءل الدراسة فيما إذا كانت المادة (٢/٢٥) تطلب أن يكون عقد الترخيص "عقد مكتوب و موثق لدى المسجل" شكلا فرضه القانون لانعقاد عقد الترخيص أم لا؟ إذا كان من المتفق عليه أن الكتابة والتسجيل هما من الشروط الشكلية، فهل ما يتطلبه القانون هنا لانعقاد العقد؟ إذا كان الجواب بالنفي، فما هو الأثر القانوني لعدم الكتابة والتسجيل، وهل فرض المشرع هذان الشرطان دون جزاء لمخالفتهما ليغدو هذان الشرطان الشكليان اختياريان في التطبيق من حيث الواقع؟ أما إذا كان الجواب هو أن هذان الشرطان الشكليان هما شرطان لانعقاد العقد، فقد يؤدي هذا إلى أن تصبح جميع عقود ترخيص العلامات التجارية غير المكتوبة أو غير المسجلة في الأردن باطلة؟

ومن ناحية أخرى هل يكون منح امتياز استعمال العلامة التجارية حجة على الغير فقط من تاريخ كتابته وتسجيله بالقياس على المادة (٤/١٩) من قانون العلامات التجارية والتي نصت على: ("لا يكون نقل ملكية العلامة التجارية أو رهنها حجة على الغير إلا من تاريخ تدوين النقل أو وضع إشارة الرهن في السجل وينشر ذلك في الجريدة الرسمية").

وإذا كانت الكتابة والتسجيل شرطان شكليان فرضهما القانون للانعقاد عند منح مالك العلامة امتيازا باستخدامها للغير، فهل تجب الكتابة والتسجيل كذلك عندما يكون المستفيد يتمتع بحق منح امتياز لآخرين؟ هل تصرف المستفيد بمنح امتياز استعمال العلامة التجارية للغير يعتبر عقد امتياز واجب التسجيل؟ إذا كان الجواب بالإيجاب فهل يترتب على عدم التسجيل ذات الأثر الذي تحدثنا عنه في عقد الامتياز الأصلي؟

وترى الدراسة أن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية هو عقد شكلي ، يتوجب كتابة هذا العقد وتسجيله في السجل الخاص بالعلامات التجارية ، والسبب في ذلك أن عقد منح الامتياز للعلامة التجارية يحتوي على تفصيلات كثيرة ، وغالبا ما يكون هذا الاتفاق على المستوى الدولي حيث أن الرغبة في الاستثمار تتجه إلى علامة تجارية مشهورة عالميا ، مما يستدعي معه دخول عوامل كثيرة في العقد كشرط التحكيم عند حصول نزاع وشرط القصر . وحماية العلامة من المنافسة غير المشروعة والتقليد ، هذا كله يستدعي أن يكون عقد امتياز العلامة مكتوبا ومسجلا ، وكذلك ترى الدراسة انه إذا اتفق الطرفان على إمكانية أن يقوم المرخص بمنح امتياز العلامة التجارية لأشخاص آخرين وجب أيضا كتابة العقد وتسجيله قياسا على ما سبق .

وأخير ، تقتضي الدول دفع رسوم مقابل تسجيل الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، والذي يقع على مالك العلامة التجارية (مانح الامتياز) . وقد أوردت التوصية المشتركة في

المادة الثانية منها وفي الفقرة الخامسة :(٥- ([*الرسوم*] يجوز للدولة العضو أن تقتضي تسديد رسم للمكتب مقابل تقييد الترخيص).

كما أوردت المادة (٥١) من قانون العلامات التجارية الأردني رقم (٢٩) لسنة ٢٠٠٧ ، المعدل لقانون العلامات التجارية رقم (٣٣) لسنة ١٩٥٢ :
(١- تستوفى عن الطلبات والتسجيل وغير ذلك من المسائل الجارية بمقتضى هذا القانون الرسوم التي تقرر بنظام ، ٢- تدفع كافة الرسوم التي تستوفى بموجب النظام المشار إليه إلى المسجل وهو يدفعها بدوره إلى وزراه المالية).

ويحيل هذا البحث الموضوع إلى الفصل الثاني، حيث سيتم البحث في هذا الموضوع ضمن التزامات المستفيد من الامتياز.

المبحث الثاني

الجوانب الموضوعية في تراخيص الامتياز

يشتمل هذا المبحث على الجوانب الموضوعية من خلال التعرض إلى : محل العقد الامتياز ، و أطراف عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، و النطاق الزماني للعقد ، و رسوم الامتياز ، وانقضاء العقد .

المطلب الأول : محل عقد الامتياز .

إن أول الأحكام المشار إليها في عقد الامتياز هو تحديد محل العقد والذي يتمثل هنا بالعلامة التجارية . وتتضمن بنود عقد الامتياز الأحكام الخاصة بالعلامة التجارية ، و الإذن الممنوح من صاحب العلامة، (مانح الامتياز)، إلى شخص أخر هو(المستفيد) ، بأن يستخدم العلامة التجارية وينتفع بها ، حيث يتضمن العقد المذكور انتقال حق استعمال العلامة التجارية من المانح إلى المستفيد ، وكما بين هذا البحث سابق لابد من أن تكون العلامة التجارية مسجلة ، لآنه لا وجود لذلك الحق بدون وجود العلامة التجارية ، لان هذا الحق على العلامة التجارية وهو الذي يجعل منها مالا ويجعلها صالحة لان تكون محلا للتعاقد[1].

وسيتم البحث في محل عقد الامتياز وهو العلامة التجارية من خلال تمييز الحق في العلامة ذاتها عن الإذن الممنوح باستعمال العلامة التجارية ، وأيضا ماذا يترتب عندما يقوم مانح الامتياز، بمنح امتياز استعمال علامة تجارية باطلة أو منتهية المدة، وأخير عند وفاة مانح الامتياز ماذا يترتب على انتقال ملكية العلامة إلى الورثة .

وقد تم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية:

---

[1] - وثيقة من إعداد الويبو ، منح التراخيص والامتياز للعلامات التجارية **مرجع سابق ص ٥**

١- منح الامتياز باستعمال العلامة التجارية يتميز عن الحق في العلامة ذاتها ، العلامة التجارية تعد مالاً منقولاً معنوياً ترد على شيء غير مادي، لأنها نتاج الذهن، ووليدة الابتكارات العقلية فهي أقرب إلى شخصية المبتكر[١]. والعلامة التجارية إحدى عناصر الملكية الصناعية والتجارية ومنح الامتياز باستعمالها أمر مشروع ولا يخالف النظام العام.

وحتى تميز الدراسة منح امتياز استعمال العلامة التجارية عن الحق في العلامة ذاتها لا بد أن تبين التكييف القانوني للحق في ملكية العلامة التجارية؛ لأنه كما بينت الدراسة مسبقاً فإن حق المستفيد باستعمال العلامة التجارية محل عقد الامتياز هو شخصي فحسب وهو تمكينه من الانتفاع بالعلامة التجارية في حدود شروط العقد. والصفة الشخصية لهذا الحق إلى جانب كونه محدد المدة مع بقاء الحق لمالك العلامة التجارية وحده في رفع دعوى التقليد كل ذلك من شأنه أن يقرب بين عقد الامتياز وعقد الإيجار .

وبشأن التكييف القانوني لطبيعة الحق على العلامة التجارية محل عقد الامتياز، فلقد تعددت الآراء حول هذا التكييف. فقد حاول جانب من الفقه إدراجها ضمن طائفة الحقوق الشخصية استنادا لما فيها من جوانب تتعلق بالشخصية كالحق في السمعة والشهرة التجاريتين[٢]. إلا أن هذا الرأي لا يسلم من النقد لأن الحق على العلامة التجارية لا يمارس تجاه مدين معين وإنما هو أقرب إلى استغلال فكر ما أو أثر من الآثار الذهنية لما يتطلب الحق الشخصي إلى وجود رابطة قانونية بين شخصين على الأقل يطالب أحدهما الآخر بالقيام بعمل أو الامتناع عنه أو بنقل حق عيني[٣]. وهو ما لا يتوفر في الحق على العلامة التجارية لأن العلاقة تكون بين شخص وعلامة تجارية وليس بين شخصين دائن ومدين[٤].

وقد رأت الدراسة عند الحديث عن الحق الشخصي من حيث تعريفه الوارد في القانون المدني الأردني فإنه لا بد من وجود مدين معين يلتزم تجاه الدائن. أي لا بد من تحديد شخص المدين ابتداء وهذا ما لا يتوافر في الحق على العلامة التجارية إذ لا يوجد مدين معين يمكن إلزامه تجاه الدائن منذ بداية الالتزام وبالتالي يخرج الحق على العلامة التجارية من دائرة الحقوق الشخصية.

وإزاء ذلك حاول جانب آخر اعتبار الحق على العلامة التجارية من قبيل الحقوق العينية استناداً إلى التشابه بين الحقين فالحق فيهما يعطي صاحبه سلطة استئثارية في الشيء موضوع الحق[٥]، وذلك على اعتبار أن الحق على العلامة التجارية يعطي لصاحبه سلطة استئثارية مباشرة على الشيء موضوع الحق[٦]. ولكن هذا الرأي لا يستقيم مع مفهوم الحق العيني، حيث أن الحق العيني يكون محله دائماً مادياً ولا يمكن أن يكون شيئاً غير مادي من نتاج الفكر وليس له حيز مادي محسوس كالعلامة التجارية. فالأشياء غير المادية أو المعنوية غير قابلة بطبيعتها للحيازة أو الإحراز بعكس الأشياء المادية التي وحدها تصلح محلاً للحق العيني لأنها قابلة للحيازة والإحراز على سبيل الاستئثار والتفرد[٧].

---

[١]- احمد محمد محرز ،القانون التجاري ،الجزء الأول ، الملكية الصناعية ، القاهرة ١٩٨٧،ص٣١٧
[٢] - سمير جميل حسين الفتلاوي،استغلال براءة الاختراع،الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٨٤،ص٢٥
[٣]- المادة (٦٨)، من القانون المدني الأردني .
[٤] - صلاح سليمان الأسمر،العلامة التجارية في القانون الأردني والمصري،مطبعة التوفيق، بدون رقم طبعة،عمان،١٩٨٦ص٦٨
[٥]- صلاح سليمان الأسمر ، مرجع سابق نفسه، ص٦٨
[٦]- المادة (١/٢٦)من القانون العلامات التجارية الأردني رقم ٣٣ لسنة ١٩٥٢.
[٧]- نواف كنعان ، حق المؤلف، الطبعة الأولى،مكتبة الأقصى،عمان،١٩٨٧،ص٦٣-٦٥.

بينما يرى بعض الفقهاء بأن الحق على العلامة التجارية هو حق استعمال ولا يمكن أن يكون حق ملكية على أساس أن العلامة التجارية تخلق علاقة بين منتج ومستهلك فهي الوسيلة لخلق الرباط بينهما وأن المشرع لا يتدخل لحماية العلامة في ذاتها إذ هذا موضوعه الملكية إنما تدخله لحماية العلامة يلزمه بالتدخل لحماية استعمال الوسيلة التي تخلق هذه العلامة وهي بذلك تخرج من نطاق الملكية بنوعيها المادية والمعنوية[1]. ورتب هذا الرأي آثاراً على ذلك منها جواز استخدام العلامة التجارية بمعرفة أكثر من شخص طالما أن موضوع نشاطهم التجاري مختلف ولو اتحد نشاطهم التجاري طالما أن اللبس بين منتجاتهم أو بضائعهم أو خدماتهم أمر غير محتمل وجواز استعمال أسماء الغير كعلامة تجارية.

ولما فشلت الآراء السابقة في تحديد الطبيعة اللازم إسباغها على الحق في العلامة التجارية ظهر اتجاه حديث يرى أن الحق على العلامة التجارية هو ملكية معنوية ترد على أشياء غير مادية، إذ تعتبر ملكية العلامة التجارية في نظر هذا الاتجاه بأنها ملكية معنوية ترد على أشياء غير مادية نظراً لتعلقها بإنتاج الفكر وخلقه وابتكاره[2]، وقد نصت المادة (٧١) من القانون المدني الأردني على أن: (الحقوق المعنوية هي التي ترد على شيء غير مادي) ويتبع في شأنها أحكام القوانين الخاصة، إذ توجد لهذه الحقوق قيمة مالية في الحياة العملية وتعتبر منقولاً معنوياً قابلاً للتملك فلا يجوز لغير مالكها استعمالها كما يجوز تداولها بالبيع مع المحل التجاري وهي تعد من أهم العناصر غير المادية لهذه المحال التجارية[3].

إلا أن هذا الرأي لم يستقم لأن هذا الرأي يتعارض مع خاصية الدوام الملازمة لحق الملكية أي أن حق الملكية حق دائم وليس مؤقتاً بينما في الحقوق المعنوية يكون الحق محدداً بمدة معينة وبعدها يزول إذا لما يتخذ صاحبه الإجراءات المحددة قانوناً واللازمة لاستمرار هذا الحق[4].

كما أن حق مالك العلامة التجارية كما سترى الدراسة حق نسبي وليس مطلق يقتصر على احتكار استعمال العلامة لتمييز منتجاته عن مثيلاتها وما يشبهها من المنتجات المنافسة فيجوز لأي منتج آخر استعمال نفس العلامة لتمييز منتجاته أو بضائع من نوع آخر، فمالك العلامة التجارية لا يستطيع الاحتجاج بها إلا أمام من استعملها على نفس البضائع والمنتجات المماثلة لبضائعه ومنتجاته في حين حق الملكية يمكن لصاحبه أن يحتج به في مواجهة الكافة له والحق في استعماله واستغلاله والتصرف به.

وإزاء تلك الانتقادات نادى الفقيه الفرنسي (روبيه) بإدخال الطبيعة القانونية للحق على العلامة التجارية ضمن طائفة اقتراحها وهي (حقوق الزبائن) أو (حقوق الاتصال بالزبائن) لأنه يرى أن البحث في المنفعة الاقتصادية لهذه الحقوق هو بلا شك يتجه إلى الزبائن والعملاء لأن التنافس بين المنتجين والتجار هدفه هو إرضاء وجذب أكبر عدد من الزبائن والعملاء[5].

إلا أن الدراسة ترى أن هذا الرأي والتسمية المقترحة من قبله تثير اللبس مع عنصر الزبائن الذي هو أهم عناصر المحل التجاري حيث نص قانون التجارة الأردني في الفقرة

---

[1]- محمد منصور احمد ،العلامات التجارية- جريمة الغش التجاري،الطبعة الأولى الجزء الثاني ،دار الرياض للطباعة والنشر١٩٥٥ص٨٦.
[2]- صلاح سليمان الأسمر ، مرجع سابق ص٦٩
[3]- علي العريف ، شرح القانون التجاري المصري ،الطبعة الثانية، الجزء الأول ،مطبعة احمد مخيمر،القاهرة،١٩٥٩،ص٥٢٣
[4] - المادة ١/٢٠من قانون العلامات التجارية الأردني .
[5] - صلاح سليمان الأسمر، مرجع سابق ص.٧٠.

الثانية من المادة (٣٨) منه على أنه: (يشمل المتجر على مجموعة عناصر مادية وغير مادية تختلف بحسب الأحوال وهي خصوصاً الزبائن والاسم والشعار).

في حين يرى البعض الآخر أن الحق على العلامة التجارية هو من الحقوق المستحدثة لا تندرج تحت أنواع الحقوق المالية التقليدية بل أن لها كياناً مستقلاً يتلاءم وطبيعتها وأن تسميتها هذه قد أصبح مألوفاً على النطاق الدولي ولا يثير أي مشكلة من حيث طبيعتها[١].

وإذ تؤيد الدراسة هذا الرأي تدعمه بالحجج الآتية:

أولاً: بالنظر إلى الخصائص التي يمتاز بها الحق على العلامة التجارية المتمثلة بأنه حق نسبي ومؤقت وله قيمة اقتصادية ومالية وقابل للتصرفات الجائزة توحي أنه نوع من الملكية الخاصة.

ثانياً: بالرجوع إلى القانون المدني الأردني المادة (٥٨) منه وحسب تعريفه للعقار والمنقول نجد أنه يعرف العقار بأنه: (كل شيء مستقر بحيزه ثابت فيه لا يمكن نقله منه دون تلف أو تغير هيئته فهو عقار، وكل ما عدا ذلك من شيء فهو منقول)[٢] .وعليه وحسب هذا التعريف فإنه العلامة التجارية تعتبر منقولاً معنوياً وحقاً قابلاً للتصرفات القانونية مع المحل التجاري أو بدونه[٣]، فهي من المنقولات لأنها ليست عقاراً وبما أن ليس لها حيز مادي محسوس باستثناء الشكل المادي الذي تتجسم فيه إنما هي فكرة خلاقة من ابتكار الذهن فهي منقول معنوي ولها قيمة اقتصادية ومالية في الحياة العملية.

ولذا تخلص الدراسة إلى العلامة التجارية باعتبارها إحدى عناصر الملكية الصناعية والتجارية حق من نوع خاص لا يندرج تحت أية طائفة من الحقوق التقليدية المعروفة وكما يرى البعض بأن هذا الحق يقترب من طائفة الحقوق المعنوية بالقدر الذي يبتعد فيه عن الحقوق الشخصية والعينية[٤].

٢- منح الامتياز باستعمال علامة باطلة أو منتهية المدة : تستلزم القواعد العامة أن يكون لكل تصرف مالي محل يرد عليه ومن بين الأسباب المؤثرة على المحل والتي تؤدي إلى بطلان التصرف الوارد عليه أن يكون مخالفاً للنظام العام والآداب أو أن لا يكون متقوماً بالمال أو أن لا يكون قابلاً لحكم العقد الوارد عليه أو أن يكون مستحيلاً، فإذا توفر في المحل أي من الأسباب السابقة، كان العقد باطلاً.

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين:

أ- التعاقد على علامة تجارية باطلة : إن منح الامتياز باستعمال علامة تجارية غير سارية المفعول أي غير مسجلة إلى الغير الراغب باستعمالها على منتجاته أو بضائعه أو خدماته إنما هو تصرف باطل لأنه لا بد للامتياز من محل مشروع طبقاً للقواعد العامة ويعتبر عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية باطلاً إذا كانت العلامة التجارية محل العقد المذكور قد تقرر بطلانها ولو بعد انعقاد العقد. ويتقرر بطلانها إذا لم تستوف شروطها الموضوعية أو

---

١ - محمد حسني عباس،الملكية الصناعية أو طريق انتقال الدول النامية إلى عصر التكنولوجيا،بلا دار نشر،بدون طبعة ،١٩٦٧ص١٣

٢ - المادة(٥٨)من القانون المدني الأردني.

٣ - المادة(١٩معدلة)من قانون العلامات التجارية الأردني.

٤ - حسن كيره ،المدخل إلى القانون،الطبعة الخامسة،منشأة المعارف بالإسكندرية،١٩٧٣،ص٤٨١

الشكلية والمحددة بموجب قانون العلامات التجارية الأردني، فعدم توافر أحد شروطها يقضي على وجود العلامة التجارية ويكشف عن أن استعمالها الذي انصب عليه الامتياز لم يكن له وجود أصلاً ولذا يتعين القول ببطلان الامتياز لانعدام محله هذه من ناحية، ومن ناحية أخرى هناك علامات تجارية لا يجوز تسجيلها في القانون الأردني كعلامة تجارية تستخدم في تمييز المنتجات أو البضائع أو الخدمات.

وفي هذا الصدد ترى الدراسة أن تفرق بين نوعين من العلامات المحظورة نظراً لسبب حظر تسجيلها وهما:

أولا : العلامات التي لا يجوز تسجيلها من حيث الأصل وذلك لاتخاذها أشكالاً ذات طبيعة خاصة ممنوعة في القانون ، لقد أشارت إلى هذا النوع من العلامات ثماني فقرات من المادة (٨) من قانون العلامات التجارية الأردني وذلك على النحو التالي:

١- الفقرة الأولى: حيث نصت على عدم جواز (تسجيل العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية).

٢- الفقرة الثانية: ونصت على عدم جواز تسجيل: (شعار أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية).

٣- الفقرة الثالثة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها).

٤- الفقرة الرابعة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية).

٥- الفقرة الخامسة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية: (امتياز)، (ذو امتياز)، (ذو امتياز ملكي)، (مسجل)، (رسم مسجل)، (حقوق الطبع)، (التقليد يعتبر تزويراً)، أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات).

٦- الفقرة الثامنة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه).

٧- الفقرة الحادية عشرة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تطابق و تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف).

٨- الفقرة الثانية عشرة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة ويوحي بصلة بينه وبين هذه البضائع وكذلك العلامات التي تشابه أو تطابق الشارات الشرقية والأعلام والشعارات الأخرى والأسماء أو الأسماء المختصرة الخاصة بالمنظمات الدولية أو الإقليمية أو التي تسيء إلى قيمنا التاريخية والعربية والإسلامية).

وعليه وبموجب هذه الفقرة لو تم ترجمة كلمة (Safe Way) على أنها الطريق الآمن لاستعمالها كعلامة تجارية لا يجوز، ولقد أضيفت هذه الفقرة بموجب قانون العلامات التجارية

الأردني المعدل رقم (٣٤) لسنة ١٩٩٩. ولا يخفى الهدف من هذه الإضافة يرجع لما تتمتع به تلك العلامات من حرمة أو قدسية واحتراما لمصلحة خاصة أو عامة[1].

ولذلك لو سجلت علامة تجارية واستعملت لتمييز بضائع أو منتجات أو خدمات معينة تحت أي من العلامات المنصوص عليها في الفقرات السابقة تعتبر باطلة حكماً ويستتبع ذلك أن منح الامتياز باستعمالها يعتبر باطلاً أيضاً لانعدام محله.

ثانيا : العلامات التي لا يجوز تسجيلها إذا توافرت فيها بعض الشروط المحظورة قانوناً ، لقد أشارت إلى هذا النوع من العلامات أربع فقرات من المادة (٨) من قانون العلامات التجارية الأردني وذلك على النحو التالي:

١- الفقرة السادسة: ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات المخالفة بالنظام العام والآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي).

٢- الفقرة السابعة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع وأصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة انه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين ٢و٣ من المادة (٧)).

٣- الفقرة التاسعة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثاً فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين).

٤- الفقرة العاشرة : ونصت على عدم جواز تسجيل (العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير).

من خلال ما سبق نلاحظ أن المشرع الأردني قيد تسجيل العلامات التجارية وهذا القيد لا يعني المنع المطلق من تسجيل أو استعمال هذه العلامات بل يجوز استعمالها بمجرد توافر القيد الذي هو الشرط. وما يدعم وجهة النظر هذه ما ورد في نهاية الفقرة موضوع الحديث – نفسها- حيث أضافت (... ويشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التجارية التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين ٢، ٣ من المادة (٧) والنقد الأول الذي وجهناه للفقرة السابعة من المادة الثامنة يمكن توجيهه للفقرة التاسعة من نفس المادة، حيث ما أوردته هذه الفقرة لا يدخل في دائرة الحظر والمنع المطلق، وإنما يدخل في دائرة القيد والشرط، فيجوز تسجيل تلك العلامات أو استعمالها إذا ما توافر رضى وموافقة صاحب الشأن أو ما ينوب عنه وعليه يمكن القول أنه كان خطأ من المشرع إيراد الفقرتين السابعة والتاسعة من ضمن المادة الثامنة والتي اشتملت على العلامات المحظور استعمالها قانوناً).

---

[1] - صلاح زين الدين، الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من ١٠-٢٠٠٠/٧/١١، جامعة اليرموك، الأردن ،٢٠٠١، ص٦٨٣.

وبناءً عليه لو سجلت علامة تجارية واستعملت لتمييز بضائع أو منتجات أو خدمات معينة تحت أي من العلامات المنصوص عليها في الفقرات السابقة يعتبر باطلة حكماً ويستتبع ذلك أن منح الامتياز باستعمالها يعتبر باطلاً أيضاً لانعدام محله.

ب- التعاقد على علامة تجارية منتهية المدة.

أشارة المادة (٢٠) من قانون العلامات التجارية الأردني بأن: (مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدة مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون)، وذلك بناء على طلب صاحب العلامة التجارية المسجلة[1]. كما لصاحب العلامة التجارية التي اعتبرت علامته مشطوبة حكماً إذا لم يقم بتجديدها أن يطلب إعادة تسجيلها في أي وقت شريطة ألا تكون قد سجلت باسم غيره[2].

وعليه إذا كان المقصود من عقد الامتياز هو نقل الحق في استعمال العلامة التجارية أو الاستئثار إلى المستفيد فإن هذا العقد يعتبر باطلاً ولا يلزم تسجيله إذا كانت العلامة التجارية محل العقد المذكور منتهية المدة ولم يقم مالكها بتجديد تسجيلها حسب أحكام القانون. وبالنسبة لمدة عقد الامتياز، فلقد أشارت المادة (٢٦/ ٢) من قانون العلامات التجارية الأردني بأنه لا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة لحمايتها وفق تسجيلها أي عشر سوات تبدأ من تاريخ تسجيلها.

إلا أن الواقع العملي الذي يشهد إبرام عقود تراخيص امتياز اتفاقية باستعمال العلامة التجارية درجت على تحديد المدة الزمنية التي يجوز خلالها للمستفيد استعمال العلامة التجارية محل العقد. ونظراً لأن عقد الامتياز يتطلب استثماراً مالياً كبيراً من جانب المستفيد فإن هذه الدراسة ترى أن لا تقل مدة عقد الامتياز عن خمس سنوات وذلك حتى لا يخاطر المستفيد برأسمال المستثمر في العلامة التجارية التي تميز بضائعه أو منتجاته أو خدماته بموجب عقد الامتياز باستعمالها. وبما أن العقد شريعة المتعاقدين في حدود النظام العام والآداب فلا يجوز استنادا لنص المادة (٢٦/ ٢) من قانون العلامات التجارة الأردني أن تزيد مدة عقد ترخيص الامتياز عن مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية محل العقد. ومن الجائز أن يتفق الطرفان (المانح والمستفيد) على تجديد المدة تلقائياً لفترة أخرى مماثلة أو لسنة أخر مثلاً ما لم يقم أحد طرفي العقد بإشعار الأخر برغبته في إنهاء الرابطة التعاقدية عند انقضاء مدة عقد الامتياز الأصلية أو المجددة حسب الأحوال وذلك قبل فترة معقولة من إنهاء تلك المدة حتى لا يفاجئ الطرف الآخر.

وعليه إذا لم يقم مالك العلامة التجارية (المانح) بتجديد تسجيل علامته التجارية المسجلة إذا انتهت مدة حمايتها المنصوص عليها قانوناً أو تم إبرام عقد الامتياز دون تجديد العلامة التجارية محل العقد المذكور أو أثناء إبرام العقد انتهت مدة حماية العلامة التجارية المراد منح الامتياز باستعمالها أو اتفق الطرفان (المانح والمستفيد) على مدة عقد الامتياز وقبل انتهاء هذه المدة شطبت العلامة التجارية من السجل ففي مثل هذه الحالات يعتبر التعاقد على استعمال العلامة التجارية بموجب عقد الامتياز باطلاً لإنعام محله بانتهاء مدة الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية محل عقد الامتياز.

---

[1] - المادة(١/٢١)من قانون العلامات التجارية الأردني.
[2]- المادة (٣/٢١)من قانون العلامات التجارية الأردني.

٣- منح امتياز استعمال العلامة التجارية في حالة انتقال ملكية العلامة إلى الورثة: قد يحدث أن تنتقل ملكية العلامة التجارية الممنوح الامتياز باستعمالها بموجب عقد الامتياز إلى أكثر من شخص واحد ، و قد يثور في هذه الحالة التنازع على ملكية هذه العلامة، فما مصير عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية في حال انتقال ملكية العلامة التجارية محل العقد المذكور إلى الورثة؟

تقول الدكتورة سميحة القليوبي في هذا الشأن: ("إذا توفي شخص يملك علامة تجارية ضمن عناصر محله التجاري تملكها ورثته على الشيوع فيما بينهم، ولا يجوز لأي من الورثة أن يقوم باستعمال العلامة التجارية لتمييز البضائع دون موافقة باقي الورثة وفقاً للقواعد العامة في الشيوع ولما كان من المتعذر تقسيم العلامة التجارية عيناً نظراً لأن طبيعتها لا تقبل التجزئة فإنه عند الخلاف بين الورثة أو طلب التقسيم فيما بينهم يتعين بيعها، ولما كان بيعها مستقلة عن المتجر أمر ممنوع بنص القانون... فإن الأمر يقتضي بيعها مع المتجر دائماً وفي هذا الخصوص يرى البعض جواز تقسيم العلامة التجارية فيما بين الورثة إذا ما أرادوا اقتسام المتجر ليستقل كل منهم بنوع أو بجزء منه ويستمر في استثماره وذلك باتفاق المشتاعين على أن يكون لكل منهم حق استعمالها على إنفراد، فتصبح ملكية العلامة عندئذ مشتركة بينهم، فيكون لكل منهم على العلامة حق ملكية كامل تام يخوله استعمالها كما يشاء وإذا حدث وقلدت العلامة المملوكة على الشيوع أو زورت أو اغتصبت، جاز لكل من المقتسمين أن يطالب الفاعل بالتعويضات ولا يشترط أن ترفع دعوى التعويض من جميع المالكين، لأن لكل منهم حقاً كاملاً ومستقلاً عن حقوق الآخرين، ولا يشترط رفع أحدهم الدعوى وحكم له بالتعويضات، أصبحت حقاً خالصاً له فلا يقتسمها مع الآخرين إلا إذا كانت الدعوى مرفوعة منهم جميعاً أو تدخلوا فيها")[1].

وبالرجوع إلى قانون العلامات التجارية الأردني تجد الدراسة أن المشرع الأردني لم يعالج حالة انتقال ملكية العلامة التجارية إلى الورثة في حالة توفي مالكها المورث، بنص صريح كما فعل في قانون براءة الاختراع إذ نص على أنه (ب- ينتقل بالميراث الحق في ملكية البراءة وجميع ما يتعلق بها من حقوق) [2].

وإزاء عدم وجود نص يعالج حالة انتقال ملكية العلامة التجارية إلى الورثة ترى الدراسة أن الحق في ملكية العلامة التجارية وجميع ما يتعلق بها من حقوق تنتقل إلى الورثة للحجج الآتية:

أولاً: يمكن للدراسة الاستناد إلى نص المادة (١٨/ ١) من قانون العلامات التجارية الأردني والتي تنص على: (إذا كان شخص يستغل بطريق المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامات أخرى قريبة الشبه منها لنفس البضائع أو الصنف من البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور).

---

[1] - سميحة القليوبي، الوجيز في التشريع الصناعي ،مكتبة القاهرة، القاهرة ،١٩٦٧ ، ص٢٦١ومابعدها.
[2] - المادة (٢٧/ب) من قانون براءات الاختراع الأردني رقم (٣٢) لسنة ١٩٩٩

فاستناداً إلى هذا النص ترى الدراسة أن مسجل العلامات التجارية يستطيع تسجيل العلامة التجارية بأسماء الورثة وجعل ذلك يندرج ضمن عبارة: (الأحوال الخاصة الأخرى) فيمكن اعتبار الوفاة من ضمن هذه الأحوال الخاصة.

ثانياً: بما أن للعلامة التجارية قيمة اقتصادية ومالية في الحياة العملية فهي بذلك الوصف تدخل في الجانب الإيجابي للذمة المالية لمالكها وبالتالي تنتقل ملكيتها إلى الورثة في حالة وفاة مورثهم على اعتبار أنه من عناصر ذمته المالية في جانبها الإيجابي.

ثالثاً: بما أن العلامة التجارية تعتبر منقولاً معنوياً وحقاً قابلاً للتملك والرهن فيباع ويورث تبعاً لذلك.

أما بخصوص مصير عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية في حالة انتقال ملكية العلامة التجارية الممنوح الامتياز باستعمالها إلى الورثة، فالمشرع الأردني لم يعالج هذا أيضاً ولذلك ترى الدراسة وأمام سكوت المشرع عن معالجة هذه المسألة بأنه طالما أن العقد شريعة المتعاقدين في حدود النظام العام والآداب العامة فيجوز للطرفين (المانح والمستفيد) أن يضمنا شرطاً مؤداه انتقال حقوق العقد والتزاماته إلى الورثة في حالة وفاة أحدهما أو كليهما أو يتفقا على انقضاء العقد في حالة وفاة أحدهما أو كليهما نظراً للاعتبار الشخصي الذي يقوم عليه عقد الامتياز.

و في ظل قانون العلامات التجارية البريطاني لعام ١٩٩٤ فمنح الامتياز باستعمال العلامة التجارية المسجلة والمملوكة على الشيوع جائز بشرط موافقة باقي الشركاء الآخرين في ملكيتها. وقياساً على ذلك إذا توفي مالك العلامة التجارية (المانح) أثناء تنفيذ عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية وانتقلت ملكية العلامة التجارية محل عقد الامتياز إلى الورثة في هذه الحالة على المستفيد أن يسعى إلى ورثة المانح المتوفى للحصول على موافقتهم للاستمرار في تنفيذ العقد المبرم ما بين مورثهم بينهم لأنهم أصبحوا مالكين للعلامة التجارية محل عقد الامتياز هذا ما لم يتفق على خلاف ذلك في العقد كما لو اتفق الطرفان (المانح والمستفيد) أنه في الحالة التي يتوفى فيها أحدهما ينقضي عقد الامتياز نظراً للاعتبار الشخصي الذي يقوم عليه العقد[١].

المطلب الثاني : أطراف عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية.

إن احد أهم اهتمامات المتفاوضين عند إبرام عقد امتياز العلامة تجارية ، هو تحديد هوية الكيانات أو الأشخاص التي ستصبح إطرافا في العقد ، والتي سوف توقع على العقد وتصبح ملزمة قانونا بتنفيذ أحكامه . ويتكون أطراف العقد من مانح الامتياز والمستفيد .

ومانح الامتياز هو الطرف الذي يمتلك سلعة أو منتج أو خدمة أو نظام عمل معين ويقوم بترخيص استعماله مقابل عوض مالي وفقاً لشروط يتم الاتفاق عليها، وغالبا ما يقرر مانح الامتياز الشروط التي سيعمل من خلالها المستفيد ولكن دون أن يتحكم في عمله أو يكون له ملكية مادية فيه.

---

١ - J. Adams, A. Prichard Jones, Franchising, practice and precedents in business formant franchising, Third edition, Butterworth's, 1990, p.w21.

أما المستفيد فهو الطرف الذي يشتري حق الامتياز من مانح الامتياز ويقوم بتشغيله بفتح مشروع أو محل جديد تحت هذا الحق الممنوح له، مستخدما نفس الاسم التجاري أو العلامة التجارية أو نظام العمل الذي يزوده به المانح وبذلك فإن المستفيد هو مشتري حق الامتياز والذي يملك بالتالي حق تشغيل الأنظمة التي يملكها المانح أو استعمال اسمه التجاري أو علامته التجارية وغيره من هذه الأمور، ووفقاً للشروط التي يتفق عليها في عقد الامتياز.

كما يمكن لطرف في المفاوضات المؤدية إلى اعتماد عقد امتياز للعلامة ، أن يتكون من مجموعة كيانات قانونية ، منظمة وموجودة جميعها في بلد أجنبي ، أو كل منها منظمة وموجودة في بلدان منفصلة ، ولكنها في كلتا الحالتين ، تخضع لملكية مشتركة ومراقبة مشتركة ، أو مصلحة أخرى مشتركة ، وفي هذه الحالات ، جدير بالذكر امتياز العلامة يمنح من قبل احد الكيانات القانونية في المجموعة المذكورة ، أو في كيان قانوني خارج المجموعة ، وان الأعمال الأخرى تنفذ أو يتم تلقيها من كيان أو أكثر ، من بين الكيانات القانونية الموجودة في المجموعة .

وتطرح نفس المسألة عند احتمال أن يشارك الطرف الأخر في المفاوضات ، عددا من السلطات الحكومية ، الوزارات ، أو اللجان ، والمكاتب أو الإدارات أو وحدات حكومية أخرى أو كيانات عامة ، ومنشآت الدولة أو كيانات القطاع الخاص ، بما فيها التي تم إنشاؤها نتيجة لمشروع مشترك مع كيان قانوني أجنبي[1] .

عقد الامتياز التجاري قد يكون ثنائي الأطراف، فيضم طرفين هما: مانح الامتياز والمستفيد، أو ثلاثي الأطراف ، وذلك عندما يقوم المانح الرئيسي (صاحب التسجيل[2]) بمنح امتياز العلامة التجارية لشخص(المستفيد) ويقوم الأخير بمنح الامتياز لشخص أخر. وبذلك يكون هنالك ثلاثة أطراف للعقد وهم : المانح الرئيسي ، صاحب التسجيل، والمانح الفرعي، والمستفيد، وذلك بحسب ما إذا كان العقد بسيطا أم مركبا.

بهذه العلاقة الثلاثية يتكشف الطابع المعقد لهذا العقد، والذي يخرجه عن العلاقة التعاقدية التقليدية ثنائية الأطراف وبذلك يطرح التساؤل حول مدى اعتبار الأطراف الثلاثة، أطرافا في العلاقة التعاقدية، أم يخرج أحد هؤلاء من العلاقة ليصبح أجنبيا عن العلاقة التي لم يشترك مباشرة في إبرامها.

لقد جاء التشريع الأوروبي لعقد الترخيص رقم (٤٠٨٧) محددا مجال تطبيقه على العلاقة الثنائية فقط، سواء كان العقد بسيطا أم مركبا، بذلك تقتصر العلاقة الثنائية بين المانح الرئيسي والمانح الفرعي، أو بين المانح الفرعي والمستفيد . أما القانون الأمريكي فيمتد مجال تطبيقه ليشمل العلاقة الثلاثية[3].

وترى الدراسة ، بأن المانح الرئيسي يستطيع دائما أن يوجد نوعا من الانسجام بين أطراف العلاقة الثلاثية، من خلال الاتفاق المبرم بينه وبين كل طرف منهم على حدة، بذلك لا يمكن القول

---

[1] - الويبو، مرجعسابق، ص٤

[2] - التوصية المشتركة لتراخيص الامتياز مادة ١ فقرة٨

[3] - محمد محسن إبراهيم النجار ،عقد الامتياز التجاري ، دراسة في نقل المعارف الفنية ،هامش صفحه ١٠ ، دار الجامعة الجديدة للنشر بالإسكندرية ط ٢٠٠١ ص٣٤

بامتداد أحكام عقد الامتياز لتحكم أشخاصا بالرغم من كونهم أغيارا، وفقا لمنطق نسبية آثار العقد، مادام أن الاتفاق المبرم بين المانح الرئيسي وبين كل واحد منهم على حدة قد أوجد هذه العلاقة بينهم.

والغالب أن يبرم هذا العقد بين منشأتين، أحدهما تحوز محل عقد الامتياز وتطلبها الأخرى . والغالب أيضا أن تكون المنشأة الموردة مشروعا ذي قوميات متعددة مقره بدولة متقدمة .وقد يجري العقد بين منشأتين في دولتين متقدمتين .وقد تكون الشركة مستقلة عن المنشأة المانح، وقد تكون من وليدتها أو تابعة لها ، إذا كان العقد يجري بين وكيلين عن المنشأتين، وجب تعيينهما وذكر الوثائق التي تخولهما سلطة التوقيع[1].

ومن خلال ما سبق فأن عقد الامتياز التجاري يتكون من طرفين مانح الامتياز و المستفيد منه ، و يهدف أطراف هذا العقد إلى تحقيق فائدة من هذا العقد ، وأيضا يرتب عقد الامتياز التجاري التزامات على كل منهما ، سنذكر بعض هذه الالتزامات وأيضا بعض الفوائد التي يجنيها أطراف هذا العقد .

يتعين على مانح الامتياز بداية أن يسمح للمستفيد بأن يستعمل حقوق الملكية الفكرية الخاصة به (أن يستخدم علامته التجارية)، والمتعلقة بموضوع الامتياز . وأيضا من الالتزامات المترتبة على مانح الامتياز، شرح وإيصال النظام موضوع الامتياز إلى المستفيد بشكل كاف لتشغيله (المعرفة الفنية) [2]، وذلك بتزويد المستفيد بدليل التشغيل وتقديم التدريب والدعم اللازمين بشكل مستمر يضمن نقل النظام موضوع الامتياز إلى المستفيد بشكل جيد .

أما المستفيد من الامتياز فيترتب عليه الالتزام بالاستثمار والاستغلال وذلك وفق المعايير التي وضعها وطورها مانح الامتياز ، وذلك حتى يستفيد من الخبرات والعمل الذي طوره . وأيضا من الالتزامات المترتبة على المستفيد دفع الرسوم المتفق عليها في عقد الامتياز[3] .

والفوائد التي يجنيها مانح الامتياز تتمثل في : قيام يمكن الامتياز مانح من جني عوائد مادية مجزية من عدة مصادر مختلفة، حيث يمكنه الحصول على مبالغ مالية طائلة تسمى (رسوم الامتياز) سواء أكانت هذه الرسوم دفعة واحدة أو على دفعات مستمرة أو متتالية. أما في مجال صناعة الخدمات، فإن مانح الامتياز عادة ما يقوم بتحصيل تعويضات مالية تسمى لقاء استعمال علامته التجارية أو نظام العمل الخاص به. كما أن نظام الامتياز سوف يوفر لمانح الامتياز شبكة توزيع تضمن زيادة أرباحه مما يقلل من حاجته إلى مخزون كبير، ويوفر له فرصة حصوله على طلبات مضمونه للسلع والخدمات التي يقدمها بالإضافة إلى إزالة التقلبات الواسعة في المبيعات.

يحصل مانح الامتياز أيضاً على فوائد مستمرة من ازدياد قيمة علامته التجارية أو علامة الخدمة الخاصة به، فمواقع العمل الجديدة الناشئة بموجب اتفاقيات الامتياز وخدمات المستفيدين من الامتياز وتفانيهم في عملهم تجتمع جميعها لتؤدي إلى تعزيز قيمة العلامة التجارية. و يملك مانح الامتياز بموجب اتفاقية الامتياز فرصاً متعددة تؤهله لمباشرة أعمال متنوعة تعود عليه بالنفع، بينما يتولى المستفيد مسؤولية توفير المهارات اللازمة للعمل وتأمين

---

[1] - محسن شفيق، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية ، ص٧٤
[2] -ماجد عمار ، مرجع سابق، ص٧٥
[3] - المرجع نفسه ص٩٥

الزبائن، ومع ذلك فإن السمعة التجارية الناشئة عن العمل التجاري غالباً ما تلتصق بمانح الامتياز نفسه وهي أهم عنصر من عناصر العمل التجاري كما أنها غالباً ما تكون الأساس الرئيسي الذي يجذب اهتمام المانح[1].

وأخيرا يستفيد المانح اتساع نطاق عمله ليمتد إلى مختلف الأسواق وذلك دون الحاجة إطلاقاً إلى صرف رأس مال إضافي بل بتعزيز رأس المال القائم وأكثر من ذلك، فإن مانح الامتياز سيكون قادراً على إنشاء شبكة عالمية لعمله مع الاحتفاظ لنفسه بأكثر المواقع أو المحال تحقيقاً للربح، وأخيراً، فإن مانح الامتياز سيحصل من المستفيد على الحماس الذاتي، حيث أن حماس المستفيد على العمل سينبع من إحساسه بأنه مالك العمل وليس مجرد موظف أو إداري يعمل لدى صاحب العمل. كما إن قيام المستفيد بزيادة مبيعاته يزيد من أرباح مانح الامتياز عن طريق تعزيز المعرفة باسمه وشهرته التجارية مما يؤدي بصورة مباشرة إلى رفع قيمة نظام الامتياز ككل، إضافة لكل المبيعات الجارية بموجب هذا النظام.

أما الفوائد التي يجنيها المستفيد فهي : يحصل المستفيد على الخبرة والإرشاد اللذين من مانح الامتياز فيما يتعلق بالمساعدات المالية واختيار الموقع المناسب للعمل؛ ففي حين يقوم مانح الامتياز بالمساعدة لتمويل الامتياز مبدئيا، فإنه يتولى أيضاً المساعدة في اختيار الموقع المناسب، لضمان وجوده في منطقة تجارية مناسبة تساعد على ازدهار العمل ، كما يتمتع المستفيد بفرصة الوصول إلى شبكة متكاملة مما يمنحه ميزة تنافسية تمكنه من الوصول إلى سلعة أو خدمة ثبتت شهرتها وشعبيتها لدى جمهور المستهلكين وتم تسويقها بينهم فعلا، بالإضافة إلى ذلك، فإن المستفيد يحصل على الحزمة المتكاملة اللازمة لأي مشروع ناجح بما فيها العلامات تجارية، إضافة إلى ميزة الحصول على شبكة وأساليب تسويقية ثبتت نجاحها، والمعدات والمواد الأولية اللازمة لهذا المشروع .

وأخيرا يحصل المستفيد على فوائد داخلية من نظم الإدارة الموحدة، ويستفيد من النظم المختلفة التي ثبت نجاحها بما فيها الأنظمة المالية والمحاسبية، والدعم والتدريب المستمران، والبحث والتطوير، والمساعدات في المبيعات والتسويق، والتخطيط، وإدارة المخزون ...الخ. وكذلك إن نسبة تعرضه إلى الفشل أقل من نسبة الفشل المتوقعة تجاه الأعمال الأخرى التي يمكن البدء فيها من نقطة الصفر، حيث أنهم في هذه الحالة يشترون المفهوم أو النظام الذي يقوم عليه عمل ناجح ومؤسس بالفعل[2].

المطلب الثالث : النطاق الزماني لعقد الامتياز الممنوح للعلامات التجارية وانقضائه.

كما ذكر سابقا عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود المستمرة ، التي يكون الزمن أحد عناصرها الجوهرية ، والتي يكون فيها التزام أحد طرفي العقد أو كليهما ممتداً في الزمن يقاس بمقياس الزمن[3].

---

[1] - ياسر سيد محمد الحديدي ،النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري ، رسالة دكتوراه ، جامعة عين شمس ، الإسكندرية، ٢٠٠٧ ،ص٥٧

[2] - ياسر سيد محمد الحديدي ، مرجع سابق ،ص٦٢

[3] -أنور سلطان ، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني، دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي ،بدون دار نشر،١٩٨٧،ص١٧ وما بعدها.

و يحدد عقد الامتياز في الغالب مدة بانقضائها ينتهي العقد، وأحيانا ينص العقد على حق المستفيد في تجديده لمدة أو لمدد أخرى ، مع تعليق حقه في التجديد على تحقيق حجم معين من المعاملات أو المبيعات. وقد يشترط العقد أيضاً التزام المستفيد بدفع مبالغ مالية معينه إذا رغب في تجديد العقد ، أو ينص على التجديد تلقائيا ما لم يخطر أحد الطرفين الطرف الآخر قبل نهاية مدة العقد برغبته في الإنهاء ، ويحدد العقد في هذه الحالة مهلة الإخطار. وأحيانا يقرر عقد الامتياز محدد المدة حق المستفيد في تجديد العقد لمدة واحدة أو أكثر . ويلتزم مانح الامتياز في هذه الحالة بالموافقة على طلب التجديد ، وفقا لشروط العقد .

وإذا كان العقد غير محدد المدة ، فيجوز لكل من طرفيه الإنهاء بإرادته المنفردة تطبيقا للقواعد العامة . غير أن الحق في إنهاء العقد ليس مطلقا بل يجب لاستعمال حق الإنهاء أن يستند إلى مبرر مشروع ، وهذا يعنى وجود مصلحة مشروعة يحققها إنهاء العقد للطرف الذي يرغب في الإنهاء دون أن يصيب الطرف الآخر ضرر جسيم لا يتناسب مع هذه المصلحة . فإذا لم يقصد بالإنهاء تحقيق مصلحة مشروعة للمانح أو كانت المصلحة التي يحققها الإنهاء لا تتناسب مع الضرر الذي يصيب الطرف الآخر يكون الإنهاء تعسفيا ، يترتب عليه نشوء حق للطرف المضرور وهو المستفيد في التعويضات .

ومن الجدير بالذكر أن التزام مانح الامتياز في عقد الامتياز لا يقتصر على تمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية ، بل يلتزم بأن يقدم إليه المساعدة والمعرفة الفنية وقد يتضمن استغلال براءة اختراع أو حق آخر من حقوق الملكية الصناعية . وفى هذا النوع من عقود الامتياز يشيد المستفيد أبنية ويقوم بتجهيزات ضخمة تكلفه مبالغ طائلة ، واضعا في اعتباره منذ بداية العقد وأثناء تنفيذه أن مانح الامتياز سوف يوافق على تجديده . وغنى عن البيان أن رفض مانح الامتياز تجديد هذا النوع من عقود الامتياز معناه الحكم على مشروع المستفيد بالدمار والفناء ، وذلك لأن العلامة تلعب دورا أساسيا في جذب العملاء وإقبالهم على السلع والمنتجات ، بحيث يصبح طلب السلعة ينصب أساسا على العلامة لا على المنتج ذاته ، بمعنى أن المنتج يصبح تحت تأثير الحملات الإعلانية متجسدا في العلامة ذاتها . من ثم يمكن القول أن إنتاج السلعة بمعرفة المستفيد يصبح عديم الجدوى من الناحية الاقتصادية طالما أن العلامة لا تستخدم في تمييزها .

من أجل ذلك تدخلت بعض التشريعات المقارنة لعلاج هذه المسألة فوضعت قيودا على حرية مانح الامتياز في إنهاء العقد أو عدم تجديده ، فعلى سبيل المثال في الولايات المتحدة الأمريكية تحظر كثير من قوانين الولايات التي تنظم عقد الامتياز على مانح الامتياز أن يرفض تجديد العقد ، ما لم يستند في ذلك إلى سبب معقول[١]. و قد تأثر قانون حماية حقوق الملكية الفكرية المصري الجديد رقم ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بهذا الاتجاه الذي يحقق مصالح المستفيدون في عقود الامتياز واضعا في الاعتبار أن مصر، شانها في ذلك شان الدول النامية، من الدول المستوردة للتكنولوجيا، إذ نصت المادة ٩٥ فقرة ٢ من القانون على انه :" لا يجوز لمالك العلامة إنهاء عقد الامتياز أو عدم تجديده إلا لسبب مشروع ".

ويترتب على اعتبار العقد المذكور من عقود المدة عدة آثار:

---

١ - أنور سلطان مرجع سابق، ص٢٦٢

١- في حالة فسخ العقد فإنه ليس للفسخ أثر رجعي[١]، فينفذ الفسخ بالنسبة للالتزامات المستقبلية من تاريخه، أما الالتزامات التي تم تنفيذها فتبقى نافذة وصحيحة فلا يستطيع المستفيد المطالبة برد المبالغ النقدية التي دفعها عن الفترة الفائتة؛ لأنها أصبحت من حق المانح مقابل إلتزامه بتمكين المستفيد من الانتفاع بالعلامة التجارية محل عقد الامتياز.

٢- إذا استحال تنفيذ إلتزام أحد طرفيه بقوة قاهرة، مثل إفلاس مانح الامتياز أو المستفيد أو صدور قانون جديد وضع قيوداً قانونية تمنع انتشار الصناعات أو المنتجات التي تحمل العلامة التجارية محل عقد الامتياز في بلد المانح أو في بلد المستفيد لتعلقها مثلاً بتلوث البيئة، فإن العقد ينتهي بقوة القانون وتسقط التزامات طرفيه من تاريخ الاستحالة[٢].

٣- طالما أن عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية يرتبط بمدة معينة فهو لذلك عقد مؤقت لا يمكن للمستفيد أن يحصل على المنفعة بدون تحديد مدة[٣] مثله مثل عقد الإيجار.

٤- بما أن عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية يعتبر نوعاً من الإيجار وبما أنه عقد مستمر، فالقاعدة أن الإعذار شرط لاستحقاق التعويض في العقود الفورية التي تنفذ دفعة واحدة كعقد البيع، أما في العقود المستمرة فالإعذار ليس بضروري إذا تأخر المانح أو المستفيد عن تنفيذ إلتزامه المستمر لأن ما تأخر فيه لا يمكن تداركه لفوات الزمن فلا فائدة ترجى من الإعذار[٤].

ويتفرع عن هذه القاعدة ففي عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية وبما أنه عقد مستمر فإن التزامات المانح مستمرة ومن ثم فإنه إذا تأخر في تنفيذها فإن المستفيد غير مطالب بإعذاره لأن ما تأخر فيه لا يمكن تداركه وذلك لفوات الوقت.

٥- من الآثار الهامة التي تترتب على كون عقد الامتياز من عقود المدة إمكانية تطبيق نظرية الظروف الطارئة عليه[٥]، وذلك لأن شروط[٦] إعمال هذه النظرية متوافرة في حالة العقد المذكور وهي:

أ- أن يكون العقد المراد إعمال النظرية في شأنه من عقود المدة أي من العقود المستمرة، وأن يكون عقداً محدداً لأن العقود الفورية والاحتمالية لا يتصور الأخذ بشأنها بنظرية الظروف الطارئة.

ب- أن يطرأ بعد انعقاد العقد وقبل تنفيذه حادث استثنائي عام كأن يصدر قانوناً يضع قيوداً قانونية تمنع بيع المنتجات أو السلع التي تحمل العلامة التجارية محل عقد الامتياز.

ج- أن يكون الحادث الاستثنائي العام غير متوقع وغير مستطاع دفعه لأنه أمر بديهي إذا كان متوقعاً وكان بالاستطاعة دفعه لا مجال لإعمال هذه النظرية.

د- أن يؤدي الحادث إلى جعل الالتزام مرهقاً دون أن يصل إلى حد الاستحالة.

---

[١] - أنور سلطان مرجع سابق نفس الصفحة

[٢] - القانون المدني الأردني المادة ٢٤٧.

[٣] - رمضان أبو السعود، دروس في العقود المسماة، عقد الإيجار في القانون المصري واللبناني، الدار الجامعية، ١٩٨٦، ص ٣٠

[٤] - عصام أنور سليم، الوجيز في عقد الإيجار، الجزء الأول الأحكام العامة في الإيجار، دار المطبوعات الجامعية الإسكندرية ، ٢٠٠٠، ص ٦١

[٥] - حمزة حداد ، بعض الجوانب القانونية لعقد الترخيص، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في الفترة ما بين ٢٨-١٩٩٨/٥/٢٩ في جامعة لبنان ، نشر على شبكة الانترنت موقع مركز القانون والتحكيم، ص ٧

[٦] - المادة ٢٠٥ من القانون المدني الأردني ، وانظر في تفاصيل شروط النظرية، أنور سلطان مرجع سابق، ص ٢٢٨ وما بعدها.

وقصر المشرع الأردني في المادة (٢٠٥) من القانون المدني الأردني سلطة القاضي إذا توافرت شروط هذه النظرية على تعديل العقد دون فسخه وذلك برد الالتزام المرهق إلى الحد المعقول. وترى الدراسة أنه من المنطق أن تطبق هذه النظرية في مجال عقود الامتياز باستعمال العلامات التجارية، فبالإضافة إلى كون هذه العقود عقوداً مستمرة ومحددة فإن هذه العقود وبسبب أنها تنصب على استعمال مال منقول معنوي وهي العلامة التجارية فإنه لا بد للظروف الاقتصادية وتقلب الأسعار ارتفاعاً وهبوطاً من أن يكون لها انعكاسا على توازن الأداءات والحقوق للأطراف المتعاقدة (المانح والمستفيد) فمثل هذه الظروف غير المتوقعة تتطلب تدخلاً لإعادة التوازن المطلوب بين الأطراف المتعاقدة.

٦-بما أن عقد الامتياز باستعمال العلامة التجارية لا يولد إلا حقاً شخصياً للمستفيد فهو يمكّن من الانتفاع بالعلامة ولمدة زمنية معينة لذلك فهو من عقود الإدارة لا من عقود التصرف كالبيع. وهو من عقود الإدارة لأن استغلال العلامة التجارية محل عقد الامتياز من عناصر حق الملكية (التصرف، الاستعمال، الاستغلال)[١] ، أي ملكية العلامة التجارية العائدة للمانح فالتنازل عنه مؤبداً يخرجنا من نطاق الامتياز لأنه يعتبر عندئذ تصرفاً ناقلاً للملكية من ناحية، ومن ناحية أخرى لأنه لا يترتب على هذا العقد خروج العلامة التجارية من ملكية المانح إلى ملكية المستفيد وإنما الحاصل أن المانح يترك غيره ينتفع بالعلامة التجارية مدة معينة وبناءاً على ذلك وبما أن العقد المذكور نوعاً من الإيجار فإنه يكفي لإبرامه كما في عقد الإيجار أن يكون للمانح (المؤجر) أهلية الإدارة إذ لا يشترط أن تكون له أهلية التصرف[٢].

انقضاء عقد الامتياز.

كما تبين سابقا يعتبر عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية من العقود المستمرة محددة المدة ولذلك فإن القاعدة العامة التي تحكم سريان العقد المذكور هي أنه ينقضي بانتهاء المدة المتفق عليها دون حاجة لسابق إنذار؛ لأن الطرفين (المانح والمستفيد) يعرفان تماماً متى ينقضي العقد. وبما أن العقد المذكور من العقود الملزمة للجانبين فلا يستطيع أحد الطرفين كقاعدة أن يستقل بإنهائه أو تعديله ما لم يجز له ذلك الاتفاق مع الطرف الآخر هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى ليس هناك ما يمنع الطرفين من الاتفاق على استمرار الرابطة التعاقدية بعد انتهاء مدتها المحددة سواء كان ذلك بطريق التجديد الصريح أو الضمني للعقد.

وقد ينقضي العقد بوفاة أحد الطرفين (المانح والمستفيد) على اعتبار أن شخصية كل واحد منها محل اعتبار ما لم يتفق على خلاف ذلك. وقد يفسخ العقد لعدم تنفيذه لأنه إذا لم يوفي أحد الطرفين بما وجب عليه للطرف الآخر، جاز لهذا الطرف طلب فسخ العقد من التزامه المقابل.

والفسخ قد يكون إتفاقياً، بمعنى اتفاق الطرفين مقدماً على استبعاد اللجوء إلى القضاء لتقرير فسخ العقد في حالة إخلال أي منهما بالتزاماته العقدية ويتم ذلك بوضع بند ضمن بنود عقد الامتياز مؤداه يعد العقد مفسوخاً دون حاجة إلى حكم قضائي في حالة إخلال أي من الطرفين بالتزامات العقد[٣].

---

[١] - المادة (١/١٠١٨) من القانون المدني الأردني .
[٢]- رمضان أبو السعود،مرجع سابق ص٣١
[٣] - المادة (٢٥٤) من القانون المدني الأردني.

وقد يكون الفسخ قضائياً يقع بحكم من القضاء، فإذا ما أخل أحد طرفي العقد بإلتزاماته يستطيع الطرف الآخر أن يرفع الأمر إلى القضاء للحكم بفسخ العقد وهنا لقاضي الموضوع سلطة تقديرية في تقرير الفسخ من عدمه[1]. وقد يتعرض عقد الامتياز للانفساخ في الحالة التي يستحيل فيها على أحد أطراف العقد تنفيذ التزامه بسبب أجنبي لا يد له فيه فينفسخ العقد بقوة القانون دون حاجة لاستصدار حكم قضائي بذلك[2].

و هناك حالات أخرى يكون فيها لأحد أو لكلا الطرفين الحق في وضع نهاية للرابطة التعاقدية قبل انقضاء مدتها، فقد يحل عقد الامتياز إرادياً، فكما تنشأ الرابطة التعاقدية باتفاق بين الطرفين فإنها تحل كذلك باتفاق لاحق بينهما ويسمى هذا الاتفاق الإقالة[3]، والإقالة كالفسخ ليس لهما أثر رجعي؛ لأن عقد الامتياز من عقود المدة لا ينصرف إليها الأثر الرجعي لأن المدة ركن فيها وما مضى منها لا يمكن أن يعود.

كما قد يحل العقد المذكور بالإرادة المنفردة لأحد أطراف العقد ويتحقق ذلك عندما يستقل أحد طرفي العقد غير محدد المدة بإنهائه بإرادته المنفردة دون موافقة الطرف الآخر شريطة أن يستند هذا الإنهاء إلى مبرر مشروع وعدم إلحاق الضرر بالطرف الآخر[4].

وقد ينقضي عقد الامتياز بسبب انتقال ملكية العلامة التجارية موضوع العقد إلى المستفيد أو الغير . ولان عقد الامتياز ينصب على استعمال مال منقول معنوي، فإنه لا بد للظروف الاقتصادية وتقلب الأسعار ارتفاعاً وهبوطاً من أن يكون لها انعكاس على توازن الأداءات والحقوق للطرفين (المانح والمستفيد) فارتفاع أو انخفاض المقابل والأزمات الاقتصادية والعرض والطلب قد يزيد أو يخفف من تلك الأداءات والحقوق كما في حالة الظروف الطارئة. لذلك ستقف الدراسة على مدى توافر شروط نظرية الظروف الطارئة في عقد الامتياز وأثر توافرها على العقد وبعض صور تطبيقاتها في العقد المذكور، وتم بحث هذا الموضوع ضمن البنود التالية:

١- انقضاء عقد الامتياز بصفة أصلية : عقد الامتياز من العقود الملزمة للجانبين بحيث يرتب إلتزامات متقابلة على عاتق طرفيه (المانح والمستفيد) فيصبح كل منهما دائناً ومديناً للآخر كما أن هذه الإلتزامات تبقى مستمرة إلى أن يتم تنفيذها جميعها خلال مدة سريان العقد.

فإذا نفذ أطراف عقد الامتياز إلتزاماتهما المتقابلة، فإن العقد المذكور ينقضي وتزول معه الرابطة التعاقدية التي تربط المانح بالمستفيد فالعقود تنقضي وتنتهي عموماً بالتنفيذ وهذا ما يقضي به مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود. ومع ذلك فإن عقد الامتياز قد تنتهي مدته المتفق عليها دون أن يتفقا الطرفان على استمرار الرابطة التعاقدية بعد إنتهاء مدتها سواء أكان الاتفاق صريحاً أو ضمناً عن طريق التجديد.

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين:

---

[1]- المادة (٢/٣٣٤)و(٢٤٦) من القانون المدني الأردني.
[2] - المادتين (٢٤٨،٢٤٧) من القانون المدني الأردني.
[3]- المادتين (٢٤٢،٢٤٤) من القانون المدني الأردني.
[4] - حسام الدين الصغير،الترخيص باستعمال العلامات التجارية،بلا دار نشر، القاهرة،١٩٩٣،ص١٣٠

أ- إنقضاء العقد بانتهاء المدة : قد ينقضي عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية بإنتهاء المدة المتفق عليها فيما بين طرفيه (المانح والمستفيد) كما أن إنقضائه قد يتم بإنتهاء المدة المحددة قانوناً لحماية العلامة التجارية موضوع عقد الامتياز.

أولاً: انقضاء عقد الامتياز بإنتهاء المدة المتفق عليها: يحدد عقد الامتياز في الغالب مدة بإنقضائها ينتهي العقد، فيحدد الطرفان مدة معينة مثلاً ثلاث سنوات تبدأ من تاريخ التأشير في سجل العلامات التجارية بأن العلامة التجارية رخص بإستعمالها، إلا أنه من المتصور ألا يحدد الطرفان المدة التي ينقضي بها العقد المذكور تحديداً مباشراً ففي هذه الحالة فإنه يلجأ إلى تفسير الإرادة المشتركة للطرفين، إلا أن الملاحظ في الواقع العملي أن كثيراً من عقود الامتياز الممنوحة للعلامات تحدد مدتها ما بين ٥- ١٠ سنوات وأحياناً قد تزيد هذه المدة على عشر سنوات ويحدث ذلك عندما يكون حجم الإستثمار الذي يقدمه المستفيد ضخماً كما لو طلب منه تشييد أبنية وإنشاءات للنهوض بالمشروع، كما أن مانح الامتياز يلتزم بتقديم المعرفة الفنية اللازمة لمزاولة النشاط[١].

ثانياً: الانقضاء بإنتهاء المدة التي يحددها القانون قد يخلو عقد الامتياز من الإتفاق على المدة التي يسري خلالها العقد وقد لا تسعفنا الإرادة المشتركة للطرفين عند تفسيرها لمعرفة هذه المدة، ففي هذه الحالة يكون القانون الواجب التطبيق على العقد هو المحدد لهذه المدة. وبالرجوع إلى قانون العلامات التجارية الأردني نجد أن الفقرة الثانية من المادة (٢٦) من هذا القانون أجازات الترخيص باستعمال العلامة التجارية وأن مدة الترخيص هي نفسها المدة المقررة لحماية العلامة التجارية وفق تسجيلها وبالرجوع إلى نص المادة (٢٠/ ١) من نفس القانون تجد الدراسة أن مدة الحماية القانونية المقررة للعلامة التجارية هي عشر سنوات تبدأ من تاريخ تسجيلها قابلة للتجديد.

ب- تجديد عقد الامتياز : من المتصور أن يتفق الطرفان (المانح والمستفيد) على بقاء الرابطة التعاقدية بعد إنتهاء مدتها وقد يكون هذا الإتفاق صريحاً وهو ما يسمى بالتجديد الصريح وقد يكون ضمناً أي التجديد الضمني للعقد المذكور، فمن الجائز أن ينص الطرفان في عقد الامتياز على حق المستفيد في تجديد العقد لمدة أو لمدد أخرى أو ينص على التجديد تلقائياً ما لم يخطر أحد الطرفين الطرف الآخر قبل نهاية مدة العقد برغبته في الإنهاء وتحدد مدة الإخطار في العقد[٢]، وهذا هو التجديد الصريح لعقد الامتياز، في حين أن التجديد الضمني للعقد المذكور هو إيجاد عقد جديد يحل محل ما سبق الإتفاق عليه، وتتضمن الفقرة الثانية من المادة (٧٠٧) من القانون المدني الأردني هذا المفهوم صراحة إذ تنص على أنه: (إذا انتهى عقد الإيجار وبقي المستأجر منتفعاً بالمأجور برضى المؤجر الصريح أو الضمني اعتبر العقد مجدداً بشروطه الأولى). وهذا يعني أن التجديد الضمني هو عقد امتياز جديد ينعقد بنفس شروط العقد القديم من حيث مقدار المقابل المالي وطريقة دفعه وتحديد مكان الوفاء به وزمانه، والتجديد الضمني للعقد المذكور يتم بإيجاب وقبول ضمني من الطرفين بحيث يبقى الإتفاق الضمني قائماً ما بقي المستفيد منتفعاً بالعلامة التجارية بعد إنتهاء مدة العقد ورضا المانح به وعدم إعتراضه عليه[٣].

---

[١] - حسام الدين الصغير، الترخيص باستعمال العلامات التجارية، القاهرة بلا دار نشر ١٩٩٣،ص١٢٩

[٢]- حسام الدين الصغير، مرجع سابق،ص١٢٩

[٣] - جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية،مكتبة دار الثقافة عمان بلا سنة نشر، ص ٢٩٢.

ومن المتصور أن يتفق الطرفان على عدم جواز تجديد العقد لفترة أخرى ومثل هذا الإتفاق يكون ملزماً للطرفين وعندئذ ينقضي العقد بإنتهاء مدته دون تجديد. وفي هذه الحالة يثور التساؤل التالي: ما الحل لو لم يتفق الطرفان في عقد الامتياز على أنه من حق المستفيد تجيد العقد لمدى أخرى محددة وطلب المستفيد تجديد العقد قبل نهاية مدة العقد، فهل يجوز للمانح رفض التجديد وإذا كان من حقه هذا الرفض أليس من حق المستفيد في مقابل ذلك أن يطالب المانح بالتعويض عن الضرر الذي قد لحقه جراء عدم تجديده للعقد إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن المستفيد قد أنفق أموالاً كبيرة في سبيل استعمال العلامة التجارية فضلاً عما اكتسبت بضائعه أو سلعه أو خدماته من رواج لدى جمهور المستخدمين وحجم المبيعات فتكون له مصلحة جدية في تجديد العقد؟

وهذا ما ستبحثه الدراسة عند دراسة الآثار المترتبة على إنقضاء عقد الامتياز في حالة عدم تجديد العقد.

٢- انقضاء عقد الامتياز بصفة تبعية: قد ينقضي عقد الامتياز قبل إنقضاء مدته إما بإتفاق الطرفين (المانح والمستفيد) كما لو انتقلت ملكية العلامة التجارية إلى المستفيد أو بإنتقال ملكيتها إلى الغير، هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن الإنقضاء قد يقع نتيجة أسباب وظروف طارئة.

وتم بحث هذا الموضوع في البندين التاليين:

أ- الانقضاء بسبب انتقال ملكية العلامة التجارية : العلامة التجارية محل عقد الامتياز قد تنتقل إلى المستفيد أو إلى الغير. فمن المتصور أن يبيع المانح علامته التجارية باعتبارها مالاً منقولاً معنوياً متقوماً بالمال وتدخل في الجانب الإيجابي لذمته المالية وقابلاً للتصرفات القانونية الجائزة ومنها البيع، ففي هذه الحالة يصبح المستفيد مالكاً للعلامة التجارية بعد أن كان مخولاً بحق استعمالها فقط بمعنى أنه كان يتمتع بالمنفعة دون الرقبة ، ويشترط في هذا التصرف الناقل للملكية أن يتم بعقد ثابت التاريخ ويؤشر بذلك في سجل العلامات التجارية وينشر في الجريدة الرسمية[1].

ويرى الباحث أن هذا لا يقتصر على بيع العلامة التجارية وإنما يمتد إلى أسباب نقل الملكية الأخرى كالهبة والوصية والميراث، فمن المتصور أن تنتقل ملكية العلامة التجارية موضوع الامتياز إلى الخلف العام كالورثة وعندها ينقضي عقد الامتياز نظراً للطابع الشخصي لهذا العقد، إذ أنه من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي، أما بالنسبة إلى الخلف الخاص كالمشتري بالنسبة للبائع، فالأصل أن ما يرتبه عقد الامتياز من حقوق وإلتزامات تتعلق بذمة الطرفين فلا ترد هذه الحقوق والإلتزامات مباشرة على العلامة التي انتقلت إلى الغير ولكنها قد تنتقل إذا ما كانت من مستلزمات محل العقد وكان الخلف الخاص يعلم بها[2].

وترى الدراسة أيضا أنه في الحالة التي تنتقل فيها ملكية العلامة التجارية إلى الغير فإن العلامة التجارية تنتقل مثقلة بحق المستفيد الشخصي في استعمال العلامة التجارية ولذلك فإن مدى نفاذ عقد الامتياز بحق الغير الذي آلت إليه ملكية العلامة التجارية موضوع الامتياز

---

[1] - المادة(٤/١٩)من قانون العلامات التجارية.

[2]- المادتين(٢٠٧،٢٠٦)من القانون المدني الأردني.

يتوقف كما ترى الدراسة على قيام عقد جديد ينشئ إلتزامات وحقوق على نفس العلامة التي منح الامتياز باستعمالها وثبوت تاريخ عقد الامتياز قبل العقد الجديد الناقل للملكية ويعود بشأن ذلك إلى سجل العلامات التجارية وشرط علم الخلف الخاص بعقد الامتياز وعليه إذا لم تتوافر هذه الأحوال فإنه وبرأي الدراسة فإن عقد الامتياز ينقضي في هذه الحالة.

ب- الانقضاء بسبب الظروف الطارئة : عقد الامتياز وبسبب أنه ينصب على استعمال مال منقول معنوي، وانه لا بد للظروف الاقتصادية وتقلب الأسعار ارتفاعاً وهبوطاً من أن يكون لها انعكاس على توازن الأداءات والحقوق للطرفين (المانح والمستفيد). فإرتفاع أو إنخفاض المقابل والأزمات الاقتصادية وعرض الطلب قد يزيد أو يخفف تلك الأداءات والحقوق، ففي هذا الحالة هل بالإمكان تطبيق نظرية الظروف الطارئة على عقد الامتياز؟

ومن المتصور أن يتراخى تنفيذ العقد المذكور ويطرأ حادث لم يكن في الحسبان مسبباً إخلال في التوازن الإقتصادي في العقد فهنا إذا كان هذا الحدث الطارئ يجعل إلتزامات الطرفين مستحيلة فإن العقد ينقضي بقوة القانون، أما إذا كان هذا الحدث الطارئ يؤدي إلى جعل إلتزامات الطرفين أو أحدهما مرهقاً فالحل مختلف.

إبتداءا بإمكان المانح والمستفيد إعادة النظر فيما اتفقا عليه وتقييم تلك الظروف الطارئة بما يعيد التوازن إلى العقد مجدداً أو تقليل الآثار السلبية التي قد تلحق بالذمة المالية للطرفين أو أحدهما ، وفي سبيل تطبيق نظرية الظروف الطارئة، فلا بد من توافر شروطها التي يمكن إجمالها بما يلي:

١- أن يكون العقد المراد إعمال النظرية بشأنه من العقود المتراخية التنفيذ أي من العقود المستمرة وعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية هو من قبيل هذه العقود.

٢- أن يطرأ بعد انعقاد العقد ظروف استثنائية تحيط بالمانح بأن تكون هذه الظروف طارئة يندر وقوعها وأن تكون استثنائية وعامة كالحروب أو الثورات أو الزلازل أو الإضراب المفاجئ أو صدور قانون للتسعيرة الجبرية وعليه فالظروف الخاصة بأحد الطرفين كموته أو مرضه أو إفلاسه أو اضطراب أعماله يستبعد من مجال تطبيق نظرية الظروف الطارئة[١].

٣- أن يكون الظرف الطارئ الاستثنائي غير متوقع ولا تمكن دفعه أو تجنبه، لأنه إذا كان من الممكن توقعه أو دفعه وتجنبه فلا يصار إلى إعمال هذه النظرية.

٤- أن يؤدي الظرف الطارئ الاستثنائي إلى جعل تنفيذ الالتزامات في عقد الامتياز مرهقة بالنسبة للطرف الذي يتمسك به سواء أكان المانح أو المستفيد أو كليهما، أما إذا كان يؤدي هذا الظرف الطارئ إلى جعل تنفيذ الالتزامات مستحيلة فينقضي العقد بقوة القانون لأنه لا إلتزام بمستحيل، والإرهاق الذي يشعر به المدين هنا من جراء الظرف الطارئ هو ما يهدده بخسارة فادحة أو بخسارة تجاوز بكثير المألوف في حسبان المتعاقد وقت التعاقد[٢].

---

١ - أنور سلطان مرجع سابق ص٢٢٩.
٢- أنور سلطان مرجع سابق ص٢٢٩

أما تقدير ما يترتب على الظرف الطارئ من إرهاق للطرف الذي يتمسك به من عدمه فإن ذلك من المسائل الموضوعية التي تستقل بها محكمة الموضوع ويعود بشأنها إلى ذات العقد لا لظروف العاقد الشخصية، أما عن الأثر القانوني لتحقيق الظرف الطارئ في عقد الامتياز، فالأصل أنه إذا توافرت شروط الظروف الطارئة فإن سلطة قاضي الموضوع تقتصر على تعديل العقد دون فسخه والتعديل يكون برد الإلتزام المرهق إلى الحد المعقول[١].

إلا أن الدراسة ترى أنه طالما أن عقد الامتياز يشبه عقد الإيجار في الأحكام العامة له بل اعتبره بعض الفقه كما رأينا صورة من الإيجار، فإنه يجوز للطرف الذي يتمسك بالظرف الطارئ أن يطالب بفسخ العقد[٢]. هذا بالإضافة إلى قيام الطرف المتمسك بالظرف الطارئ بتعويض الطرف الآخر تعويضاً عادلاً بسبب إنهاء العقد قبل إنقضاء مدته[٣].

ومن قبيل الظروف الطارئة في عقد الامتياز، زوال شخصية أحد الطرفين (مانح الامتياز والمستفيد) وإن كان الأصل أن العقد المذكور لا ينقضي بإعتباره يقترب من عقد الإيجار بسبب موت أحد الطرفين؛ لأنه من الممكن أن يستمر العقد مع خلفه العام أو الخاص حسب الأحوال لكن إذا أثبت الخلف العام أن الإلتزامات التي ترتبت عليه أصبحت مرهقة أو تتجاوز حدود حاجته ففي هذه الحالة يكون الحكم بإمكانية طلب الخلف العام فسخ العقد[٤].

وترى الدراسة طالما أن عقد الامتياز من العقود التي تقوم على الإعتبار الشخصي، فيجوز لمن يخلف المستفيد أو المانح بعد زوال شخصية أحدهما أو كلاهما أن يطلب فسخ العقد شريطة إخطار الطرف الآخر في ميعاد مناسب، وإلا يضمن ما ينشأ عن هذا الفسخ من ضرر للطرف الآخر.

ومن هذه الظروف أيضاً منح الامتياز من الباطن أو التنازل عنه، فالأصل أن يكون منح الامتياز بسيطاً أي يجوز فيه منح الامتياز من الباطن أو التنازل عنه ولكن الإستثناء الذي يرد على هذا الأصل هو عدم جوازه إلا بإذن سابق في حالة إتفاق الطرفين على ذلك فإذا ما قام المستفيد بمنح امتياز من الباطن أو التنازل عنه يجوز للمانح الامتياز طبقاً لذلك المطالبة بفسخ العقد لإخلال المستفيد ببنود العقد خاصة أن شخصية المستفيد غالباً ما تكون محل إعتبار لدى المانح ويتعين عليه لذلك إستعمال العلامة التجارية موضوع الامتياز بنفسه ما لم يوجد شرط يقضي بخلاف ذلك ومن تطبيقات الظرف الطارئ أيضاً بطلان تسجيل العلامة التجارية[٥] فإنه يترتب عليه عدم إعتبار المانح مالكاً أصلاً وبالتالي يكون منح الامتياز قد صدر من غير المالك مما يؤدي إلى قيام حق المستفيد بالمطالبة بفسخ العقد مع التعويض، ومنها كذلك عدم قيام المانح بتجديد تسجيل العلامة التجارية موضوع الامتياز التي انتهت مدة حمايتها أثناء فترة سريان عقد الامتياز وذلك حتى تستمر حمايتها القانونية ويمكن المستفيد من إستعمالها دون أن ينازعه أحد.

وأخيرا عند انقضاء عقد الامتياز التجاري، قد تبرز مشكلة أخيرة بين أطرافه، وهذه المشكلة تظهر فقط إذا كان محل عقد الامتياز منتجات أو بضائع وليس خدمات. وتتمثل هذه

---

[١] - المادة (٢٠٥)من القانون المدني الأردني.

[٢] - المادة(١/٧١٠)من القانون المدني الأردني.

[٣] - المادة(١/٧١٠)من القانون المدني الأردني.

[٤] - المادة(٢/٢٠٦،٧٠٩)من القانون المدني الأردني.

[٥] - كما لوسجلت العلامة لستنادا إلى المادة (٨)من قانون العلامات التجارية الاردني.

المشكلة في مصير المنتجات أو البضائع المكدسة، أيّ المخزون المتبقي من البضاعة محل عقد الامتياز، فهل يستطيع المستفيد الاحتفاظ بهذه البضاعة، وبخاصة إذا كانت تحمل العلامة التجارية للمانح، أو أن المانح يطالب باستردادها معولا على أن الامتياز المتفق عليـه في العقد ينصرف إلى بيع هذه المنتجات خلال فترة الامتياز فقط؟ ، ولعل حل هذه المشكلة يجب النظر إليه من زاويتين: الأولى اتفاق الأطراف المتعاقدة (المانح والمستفيد) على هذه المسألـة في العقد المبرم بينهما أو عدم اتفاقهما. و الثانية طبيعة العلاقة القانونية التي تربط المانح والمستفيد.

أولا: انتباه طرفي عقد الامتياز التجاري أو عدم انتباههما للمشكلة: قد يدرج المانح والمستفيد بندا في عقد الامتياز التجاري يحدد مصير هذه البضاعة، فقد يتم الاتفاق بينهما على أن يسترد المانح هذه البضائع أو المنتجات عند انقضاء العقد، وفي هذه الحالة لا توجد أي مشكلة، فيتعين على المستفيد الالتزام برد هذه المنتجات والبضائع. وفي هذا الفرض يتعين على المانح السماح للمستفيد الاستمرار في تسويق هذه المنتجات دون عوائق .وفي الفرض الأخير، قد تبرز مشكلة تكمن فيما إذا كان هناك قيد زمني يتعين على المستفيد (الالتزام به في تسويقه وتصريفه لهذه المنتجات والبضائع. وهنا أيّضا قد يكون هناك اتفاقا بينهما بالنسبة لهذا المسألـة (سواء أكان هذا الاتفاق بوضع قيد زمني أم لا)، ومن ثم فلا تظهر مشكلة. وربما لا يكون هناك اتفاق بين المانح والمستفيد بشان القيد الزمني في العقد المبرم بينهما، عندها يجب احتساب الفترة الزمنية التي يتعين على المستفيد الالتزام بها في تصريفه لهذه المنتجات والبضائع، على أساس معدلات البيع التي كان يحققها المستفيد طوال سنوات الامتياز[1]. وهذه مـسـألة حسابية يمكن الوصول إليها بسهولة.

ثانيا: طبيعة العلاقة القانونية الـتـي تربط المانح بالمستفيد: قد تسهم طبيعة العلاقة القانونية التي تحكم علاقة طرفي عقد الامتياز التجاري في تحديد مصير المخزون المتبقي للبضاعة.

وتجدر الإشارة قبل الخوض في طبيعة هذه العلاقة الـتـي تربط المانح بالمستفيد إلى أن نوع البضاعة ذاتها وطبيعتها وهي اعتبارات عملية قد تؤثر في إصرار كل طرف من أطراف عقد الامتياز التجاري على التمسك بها. فالبضائع ذات الموديل القديم أو القابلة للهلاك لن تثير اهتمامات المانح، في حين أن السلع المعمرة، كقطع غيار السيارات أو السلع التي لا تعد موديلاتها قديمة قد تكون محل اهتمام المانح ، وعليه فإذا لم توجد مثل هذه الاعتبارات العملية ولم يوجد هناك اتفاق صريح بشأنها، فان مصير المخزون المتبقي للبضاعة مرتبط بطبيعة العلاقة القانونية الدقيقة بين المانح والمستفيد ، فإذا كان المستفيد بمثابة وكيل عقود للمانح، فهذا يعني أن ملكية المخزون المتبقي للبضاعة تكون للمانح . ذلك أن وكيل العقود يقتصر دوره على وضع العميل أمام الموكل. وقد يتطور هذا الدور إلى إبرام العقد مع العميل ولكن لحساب الموكل (المانح).

ومفاد هذه الطبيعة القانونية المحددة والدقيقة، أن المانح يستطيع أن يسترد المخزون المتبقي للبضاعة في حالة انقضاء عقد الامتياز التجاري على اعتبار انه هو المالك لها، وما المستفيد إلا مأذون ببيعها وتسويقها لحساب الأول. كذلك الأمر فيما إذا كان المستفيد وكيلا بالعمولة للمانح. فالوكيل بالعمولة كما سبق أن بينا، يبرم التصرف باسمه ولكن لحساب موكله

[1] ماجد عمار، مرجعسابق ، ص ١١٧.

(المانح). ومن ثم فهو أصيل في علاقته مع الغير، إلا انه يبقى نائبا أو وكيلا في علاقته مع الموكل(أيّ المانح في عقد الامتياز التجاري)، ومن ثم فهو ينقل آثار العقد الذي ابرمه مع الغير إلى موكله. وعليه وتطبيقا لمركزه القانوني، فان المخزون المتبقي للبضاعة يفترض انه ما زال ملكا للمانح . ذلك أن المستفيد إذا كان وكيلا بالعمولة فهو ليس بمالك لهذه البضاعة. فالمستفيد يصرف هذه البضاعة لحساب موكله (المانح).

وعلى ضوء ما تقدم، إذا انتهى عقد الامتياز التجاري فان المانح يكون له الحق في أن يسترد المخزون المتبقي للبضاعة. إلا أن الأمر يختلف إذا كان المستفيد موزعا للمانح. فالموزع كما بينا في المبحث السابق يتحمل مخاطر التجارة، بمعنى انه يكون مالكا للأشياء التي يقوم بترويجها وتصريفها. لذلك فإذا ما انتهى عقد الامتياز التجاري فان المانح لا يستطيع أن يسترد المخزون المتبقي للبضاعة من المستفيد الموزع. لان الأخير يكون هو المالك لهذه البضاعة[1]. وأمام هذه الفروض المختلفة التي تكلمنا عنها فانه يجب عند صياغة عقد الامتياز التجاري أن تحدد بدقة المسائل التي اثرناها حتى لا يدخل طرفا العقد في مشكلات، ومن ثم تتعين معرفة نيتهما إلى أيّ وجهة كانت سائرة، حتى تتحد الحقوق والالتزامات بشكل دقيق وحاسم.

الفصل الثاني

تنفيذ عقد الامتياز في تراخيص العلامات التجارية

[1] - احمد عبد الرحمن الملحم : مدى تقييد عقد القصر للمنافسة الرأسية ،مجلة الحقوق، السنة العشرون ، العدد الاول ،مارس ١٩٩٦، ص٧٩.

الامتياز الممنوح للعلامة التجاري ، عبارة عن نظام تقوم بموجبه شركة أو مؤسسة أو شخص سواء تقدم سلعة أو خدمة أو تكنولوجيا بتأجير علامتها التجارية المميزة وكذلك نظمها الإنتاجية والتسويقية والإدارية والمحاسبية ويطلق عليها (مانح الامتياز) إلى شخص أخر أو شركة أخرى ،الحاصل على الامتياز (المستفيد) يرغب في الاستفادة من نجاح المنتج والاسم التجاري وذلك مقابل مبلغ يدفع إلى مانح الامتياز بالإضافة إلى نسبة من إجمالي قيمة المبيعات ويكون هذا على المستوى المحلى أو الدولي . ولا يعتبر نشاط المستفيد فرعا لنشاط المانح وإنما يعد عملا أو مشروعا مستقلا وذلك تحت الاسم التجاري لصاحب حق الامتياز "المانح" ولكنه يتميز بالتماثل الكامل بين الوحدات المختلفة في مختلف المناطق رغم اختلاف ملكيتها لحاصلين متعددين[١] .

من خلال هذا المفهوم لنظام الامتياز الممنوح للعلامات التجارية يمكن نحدد ماهية عقد الامتياز وهو الاتفاق القانوني المعقود بين المانح والمستفيد لتحديد الشروط التي سيتم بموجبها منح الامتياز وتشغيل المشروع ويتضمن أيضا الحقوق والالتزامات المترتبة على كل طرف وتشكل هذه الاتفاقية تمثيلا لإرادة الطرفين وبالتالي فهي تختلف وتتنوع وفقا لأهدافها ولرغبة الطرفين وغالبا ما تتضمن اتفاقية الامتياز البنود التالية :

- الحق في استخدام اسم مانح الامتياز و/أو علامته التجارية و/أو أساليب الإنتاج و/أو أي طرق فنية أخري بالإضافة إلى المعونة الفنية والإدارية والتسويقية والمحاسبة وأسلوب العمل .
- مواقع العمل والمناطق المشمولة بالامتياز .
- مدة عقد الامتياز.
- رسوم الامتياز.
- شروط تجديد العقد.
- طرق ضبط الجودة والمحافظة على السلعة.
- إنهاء العقد والآثار المترتبة على ذلك .

المبحث الأول
آلية تنفيذ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية

يعتبر عقد امتياز العلامة التجاري من العقود الملزمة للجانبين، فهو يرتب التزامات متقابلة على عاتق طرفيه، المانح والمستفيد. فالأول يلتزم بتمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية وكذلك بنقل عناصر المعرفة الفنية محل العقد إلى الثاني، ويلتزم بالإفضاء له ، ويلتزم بالمحافظة على سرية التحسينات المدخلة، ويلتزم بتقديم المساعدة الفنية ونقل التحسينات، كما ويلتزم بالضمان . ويقابل هذه الالتزامات، التزام المستفيد بأداء مقابل المعرفة الفنية التي يحصل عليها، ويلتزم بالمحافظة على سريتها، ويلتزم بالكفاءة والمحافظة على صنف الإنتاج، وأخيرا يلتزم بالكشف عن أحكام القانون الوطني . وسوف نتناول بالبحث والدراسة هذه الالتزامات، وذلك على النحو التالي:

---

[١] - حسام الدين عبد الغني الصغير، ، مرجع سابق، ص٦١.

المطلب الأول : التزامات مانح الامتياز .

تتمثل التزامات المانح في ، الالتزام بتمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية والالتزام بتجديد تسجيل العلامة التجارية و الالتزام بالضمـــــان و الالتزام بالمحافظة على سرية التحسينات و الالتزام بالإفضاء و تقديم المساعدة الفنية والعون للمستفيد .

أولا الالتزام بتمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية .

إن منح الإذن بالانتفاع بالعلامة التجارية هو أول الأحكام المشار إليها في اغلب اتفاقيات الامتياز (عقد منح امتياز العلامة التجارية) ، لذلك فانه يتوجب على مانح الامتياز أن يقوم بتمكين المستفيد من الانتفاع بالعلامة التجارية[١] . محل عقد الامتياز وذلك خلال المدة المتفق عليها في العقد .

وهذا الحق مصدره عقد الامتياز على اعتبار الصفة الشخصية للحق الشخصي الذي يعطي للمستفيد إلى جانب كونه محدد المدة مع بقاء الحق لملك العلامة التجارية وحده في رفع دعوى التقليد[٢]. وهذا يجعل عقد الامتياز قريبا من عقد الإيجار والسبب في ذلك الشبه الواضح بين التزامات الأطراف في العقدين المذكورين والذي جوهره التمكين من الانتفاع بالشيء لقاء مقابل مالي معين .

وعليه يتوجب على مانح الامتياز تمكين المستفيد من الانتفاع بالعلامة التجارية محل العقد انتفاعا هادئا وكاملا لا يعكر صفوه شيء .

ثانيا الالتزام بتجديد تسجيل العلامة التجارية .

يجب على مانح الامتياز أن يقوم بتجديد تسجيل العلامة التجارية وذلك حتى تستمر الحماية القانونية لها وعليه يضمن المستفيد الانتفاع بالعلامة التجارية طيلة فترة العقد دون أن ينازعه احد ، وهذا الشرط هو بمثابة ضمان من المانح لوجود و استمرار موضوع الامتياز ليتمكن المستفيد من الانتفاع به بحسب العقد وخلال مدة سريان العقد، و لا يجوز لمانح الامتياز أن يتنازل عن ملكية العلامة ، وذلك بأن يطلب شطبها إلا بموافقة المستفيد[٣] ، لأنه إذا لم يطلب مالك العلامة التجارية تجديدها فتعتبر مشطوبة حكما من سجل العلامات التجارية[٤].

يرتب التسجيل الأولي للعلامة آثاره ابتداء من تاريخ إيداع طلب التسجيل وقد حدد قانون العلامات التجارية الأردني مدة تسجيل العلامة بعشرة سنوات اعتبارا من تاريخ التسجيل ، و بعد انتهاء تلك المدة يفترض فقدان الحق المكتسب على العلامة. غير أن القانون وفر آلية

---

[١] - فايز رضوان مرجع سابق ص١٤٧

[٢] - المادة (٣) من قانون العلامات التجارية الأردني.

[٣]- حسام الدين الصغير ،مرجع سابق،ص١٢٨

[٤]- المادة (٢/٢٠) من قانون العلامات التجارية الأردني

تجديد التسجيل للاستمرار في حماية العلامة[1] ، حيث تسمح هذه الآلية لمالك العلامة بالحفاظ على حقوقه لما بعد الفترة الأصلية.

ويمكن تجديد تسجيل العلامة لمدة مماثلة ، حيث يتم التجديد بطلب من مالك العلامة ، و إذا لم يقم بذلك خلال سنة واحدة من انتهاء مدة التسجيل تعتبر العلامة مشطوبة حكما من السجل ، وفي هذه الحالة يحق لأي شخص التقدم لتسجيلها بإسمه ، كما يجوز لنفس الشخص أن يقوم بتسجيلها بعد الشطب في أي وقت ما لم يكن قد تم تسجيلها باسم شخص أخر غيره[2].

لم يضع القانون حدا لعدد التجديدات التي يمكن طلبها، لذلك تتميز العلامة ، عن بقية حقوق الملكية الصناعية بطابع الاستمرارية والديمومة طالما تم الحفاظ على إجراء التجديدات في الآجال المسموح بها ، ويؤدي التجديد إلى تمديد فترة حماية العلامة لمدة عشر سنوات أخرى، تبتدئ من تاريخ انتهاء المدة الأصلية لصلاحية العلامة ، وللحفاظ على استمرارية الحماية للعلامة يجب القيام بتجديد التسجيل على رأس كل عشر سنوات مع احترام الشروط القانونية.

ويرتب التجديد الحفاظ على نفس الحقوق والواجبات التي فرضها التسجيل الأصلي للعلامة، وبمعنى آخر أن التجديد لا يخول حقوقا جديدة غير تلك التي كانت قائمة عند طلب التجديد .

يقوم مانح الامتياز بدفع رسوم تجديد تسجيل العلامة التجارية إذا ما انتهت مدة حمايتها المنصوص عليها قانونا أثناء سريان عقد الامتياز ، ولقد أوردت المادة (٥٠) من قانون العلامات التجارية الأردني :(لمجلس الوزراء بموافقة جلالة الملك أن يصدر من وقت إلى آخر الأنظمة الضرورية لتنفيذ أحكام هذا القانون بوجه عام وعلى الأخص للغايات التالية : ١- لتقرير الرسوم المستوفاة بمقتضى هذا القانون). وقد حدد مقدار هذه الرسوم من خلال النظام الذي وضع لهذه الغاية[3].

ثالثا الالتزام بالضمـــــان :

تنفيذ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية يؤدي إلى إنشاء حقوق و التزامات أو مسؤوليات معينة تجاه الغير، و ذلك من حيث أن المستفيد يستعمل علامة يفترض أنها بالأساس للمانح، و لكن قد يتبين أن للآخرين حقوقاً عليها، و كذلك فإن المانح ستظهر علامته على بضاعة هي من صنع غيره و قد ينجم عن ذلك مسؤولية تجاه المستهلكين. لذلك ينص العقد عادة على أن المانح يضمن للمستفيد ملكيته الخالصة للعلامة و بأنه لا توجد على هذه العلامة أية حقوق لأي شخص ثالث يمكن أن تتأثر من جراء استعمال المستفيد للعلامة بموجب عقد الامتياز، و يتعهد المانح بأنه المسئول عن أي ضرر يمكن أن ينجم عن عدم صحة ما تم ذكره و بأنه المسئول عن أي مطالبة من أي شخص ثالث بناء على ذلك، و يعفي المستفيد من أية مسؤولية ناجمة عن استعماله للعلامة بحسب العقد و بالمقابل فإن المستفيد يعفي المانح من أية مسؤولية تجاه أي شخص ثالث يمكن أن تنجم عن مخالفته لعقد الامتياز،

---

[1] - المادة(٢٠)من قانون العلامات التجارية الأردني
[2] - المادة(٢١)من قانون العلامات التجارية الأردني
[3] - نظام رسوم القيد في السجل التجاري رقم ٧٠ لسنة ٢٠٠٤

أو لعدم إلتزامه بشروط جودة المنتجات سواء نجم ذلك عن تصنيع المنتجات أو توزيعها من قبل المستفيد أو موزعيه أو وكلائه.

يعتبر الامتياز بوصفه عقدا يبرم بين مالك العلامة التجارية وبين الغير الراغب بأستعمال هذه العلامة نوعا من الإيجار، فلامتياز ينصب فقط على نقل الحق في استعمال العلامة التجارية ويبقى مانح الامتياز محتفظا بملكيته وكافة حقوقه الأخرى على العلامة التجارية محل عقد الامتياز ، والعقد بهذا المضمون يعتبر قريبا من عقد الإيجار من أي وصف قانوني أخر ، وإذا كان المؤجر طبقا للقواعد القانونية المنظمة للإيجار ملتزما بضمان ما قد يكون بالشيء المؤجر من عيوب خفية وكذلك بضمان التعرض والاستحقاق[١].

وعليه فأن هذه الدراسة تجد وفقا للتكييف القانوني لعقد الامتياز وكما تم بيانه سابقا على انه إيجار أو صورة منه وبالتالي التسليم بخضوعه للقواعد العامة في الإيجار وعلى وجه الخصوص المتعلقة بإجارة الأشياء فأن مثل هذا الالتزام يقع على عاتق المانح في عقد الامتياز .

ويشكل الالتزام بالضمان واحدا من أهم التزامات المانح ، والذي يتمكن المستفيد بموجبه من استعمال العلامات التجارية والانتفاع بها خلال فترة سريان عقد الامتياز بصورة هادئة ولا يغير من أهميته انه ليس من النظام العام أو من حق أطراف العقد الاتفاق على الإعفاء منه أو إنقاصه أو زيادته[٢].

يلتزم المانح بضمان مطابقة المعرفة الفنية التي قدمها للمعلومات المطلوبة والمبينة في العقد ، وكذلك يضمن إنتاج السلعة أو أداء الخدمات بذات المواصفات الواردة في العقد .

والالتزام بهذا الوصف هو التزام بوسيلة وليس التزاما بتحقيق نتيجة ، بحيث ينصرف إلى ضمان استيعاب المستفيد للمعلومات الفنية التي انتقلت إليه أو إحداث النتيجة المرجوة من تطبيقها[٣] . وعليه فهذا الضمان يعد ضمانا محدودا، لأن المستفيد إذا لم تكن المعرفة محل العقد ستضمن له تحقيق النتيجة المتمثلة في استعمالها في الإنتاج فلا فائدة فيها.

لذا نجد المستفيد ، يحرص على تضمين العقد شروط تشدد من هذا الالتزام بغية تحقيق النتيجة المطلوبة، بذلك يلقي على عاتق المانح عبئا يقتضي منه تعديل التكنولوجيا بما يتناسب مع الظروف الجغرافية أو الاجتماعية في دولة المستفيد[٤].

هذا فيما يتعلق بالضمان المنفرد بين المانح والمستفيد ، ولكن ماذا عن الالتزام المتبادل بالضمان، والمتمثل في وجود المستهلك ؟
فالمانح ملتزم بالضمان في مواجهة المستفيد ، فهل يظل ملتزما كذلك في مواجهة المستهلك . وبمعنى آخر المسؤولية في الضمان تثير التساؤل عن الملتزم في مواجهة المستهلك أهو المانح أم المستفيد، فإذا كانت المسؤولية بينهما تضامنية، فما هو الأساس

---

[١] -عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني ، الجزء الرابع ، منشأة المعارف. ، الإسكندرية. ٢٠٠٤ ص ٥٣٩
[٢] - جعفر الفضلي ، مرجعسابق، ص ٢٤٨
[٣] - محسن شفيق ، المرجع السابق ، ص٧٦
[٤] - المرجع السابق نفسه ، ص٧٧

القانوني وما هي حدوده، وإذا كانت المسؤولية منفردة، فما هو مصيرها في حالة زوال الوجود القانوني للطرف الآخر ؟

بحسب القاعدة العامة فالتضامن لا يفترض[١] ، وإذ كان الإجماع منعقدا على ذلك بين فقهاء القانون المدني فإن الخلاف يثور بين فقهاء القانون التجاري حول مدى قيام التضامن دون اتفاق أو نص في القانون[٢]. وغالبا ما ينشأ التضامن مستندا إلى نص صريح أو ضمني، فيكون كل من الطرفين مسئولا في مواجهة المستهلك، وتتحدد حدوده بما اتفق عليه، وتظل هذه المسؤولية قائمة حتى بعد توقف المستفيد عن مباشرة نشاطه[٣] ، ويتضح لنا أن أساس التزام المانح بالضمان هو الالتزام بضمان محل العقد، وليس التزاما عاما متمثلا في وحدة المضمون الفني لكافة أعضاء العقد بمن فيهم المستهلك.

كما ويتضح أن مسئولية المانح في مواجهة المستفيد تظل قائمة ومفترضة ما لم يتفق على تقييدها أو الإعفاء منها، ذلك أن النص السابق يفتح الباب أمام المانح للتنصل من هذه المسؤولية بالاتفاق على ما يخالف هذا الأصل المقرر، بالرغم من أن الضرر يكون ناتجا عن الخلل في طريقة الإنتاج .

بذلك فقد اتجه المشرع المصري إلى إقامة المسؤولية المنفردة لكل من الطرفين ، لذلك لا تقوم المسؤولية التضامنية بالضمان في القانون المصري ، كما وأن هذه المسئولية متولدة عن الضرر الذي أصاب الغير من جراء استخدام المعرفة محل العقد، لذا لا يجوز الاتفاق على تخفيفها أو الإعفاء منها، على خلاف المسؤولية السابقة في الضمان .

وعلى الرغم من هذا المانح يظل باستطاعته دائما التحلل من المسؤولية بإثبات أن الضرر الذي أصاب المستهلك ناتج عن الاستعمال الخاطئ، وفي هذه الحالة لا ينفي مسؤوليته فحسب، وإنما أيضا ينفي مسؤولية المانح[٤] .

كما يمكن للمورد أيضا إثبات أن الخلل الذي أصاب المنتج راجع لخطأ المانح له، وفي جميع الأحوال إثبات أن ذلك الخلل ليس براجع لخطأ في التصميم أو التصنيع[٥] .

بذلك تنتفي مسئولية المانح عمليا إذا قام بإثبات خطأ المستهلك أو المستفيد، أو إذا كان قد اتفق على الإعفاء من الضمان . ومن ثم يعتبر التخلف عن تنفيذ الالتزام بالضمان مخالفة جوهرية للعقد، إذا كان المانح قد التزم بتحقيق نتيجة، ومن ثم يترتب عليها حق المستفيد في طلب الفسخ إضافة للتعويض ، ويستعاض عن الفسخ غالبا بالتعويض العيني[٦] .

وهناك نوعين للضمان ، الضمان القانوني والضمان ألاتفاقي :

الضمان القانوني ، هو الضمان الذي يجب الوفاء به بحكم القانون ولا يحتاج للنص عليه ضمن بنود العقد . فكما نعلم فان الهدف من إبرام عقد الامتياز هو استعمال العلامة التجارية والانتفاع بها بشكل هادئ وبصورة كاملة وبما يمكن المستفيد من الانتفاع الفعلي بالعلامة

---

[١] - توفيق حسن فرج، النظرية العامة للالتزام، الجزء الثاني ، الإسكندرية ١٩٧٨ ،ص ١٢٢

[٢] - أنورسلطان ، النظرية العامة للالتزام ،لجزء الثاني ، دار المعارف ،القاهرة ، ١٩٥٧ ص٢٧٨

[٣] - محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق،ص ١١١

[٤] - حسام الدين كامل الأهواني ،النظرية العامة للالتزام ، دار النهضة العربية ،القاهرة ١٩٩٥،ص٣٧٩

[٥] - أحمد عبد العال أبو قرين، ضمان العيوب الخفية وجدواه في مجال المنتجات الصناعية ،ص٧ط١٩٩٢

[٦] - محسن شفيق – المرجع السابق– ص ٩٦ وما بعدها

التجارية موضوع عقد الامتياز ولكي يحقق هذا الهدف لا بد من أن يمتنع مانح الامتياز عن التعرض له في استعماله وانتفاعه بالعلامة التجارية سواء كان تعرضا قانونيا أم ماديا[1]، كما يلتزم بضمان دفع التعرض القانوني الصادر من الغير وبخلاف ذلك سيتحمل مانح الامتياز المسؤولية كاملة باعتباره مخلا بالتزامه حيث انه إذا لم يتمكن من ضمان الاستعمال الهادئ ووقاية المستفيد من التعرض الذي قد ينتهي بأستخدام العلامة التجارية موضوع الامتياز .

وهذه الصورة من الضمان تشمل ضمان التعرض الشخصي وضمان الاستحقاق والعيوب الخفية ، ففيما يتعلق بضمان التعرض والاستحقاق ، فهذه الصورة من الضمان تتجلى في حماية المستفيد من عقبات الانتفاع المتأدبة من العمل المادي لمانح الامتياز أي التعرض الشخصي كما لو قام مانح الامتياز بالرغم من وجود الشرط الاحتكاري أو الترخيص ألاستئثاري بالا يقوم مانح الامتياز بأستعمال العلامة التجارية داخل النطاق الجغرافي المحدد في عقد الامتياز ففي هذا المثال لا يمكن اعتبار مانح الامتياز مزورا ولكن يتوجب عليه أن يتوقف عن هذا التعرض وتعويض المستفيد بموجب الالتزام بضمان التعرض المادي ، ويؤخذ نفس الحكم في حالة التوقف عن دفع الرسوم السنوية لأنه يتعين على مانح الامتياز إذا انتهت مدة الحماية المقررة للعلامة التجارية أثناء سريان عقد الامتياز أن يجدد التسجيل حتى يتمكن المستفيد من استعمالها دون أن ينازعه احد، كما تم بيانه سابقا .

ومن جهة أخرى قد يكون تعرض المالك هذا قانونيا وذلك بادعاء حق على العلامة التجارية في مواجهة المستفيد فيعيق بذلك استعمال المستفيد للعلامة التجارية موضوع عقد الامتياز ، كما لو قام مانح الامتياز في الترخيص ألاستئثاري بمنح امتياز استخدام العلامة التجارية لشخص أخر داخل النطاق الجغرافي الذي يرسمه عقد الترخيص ألاستئثاري وأيضا كما في الترخيص المانع أو الوحيد كما يمتد ضمان التعرض والاستحقاق ليشمل التعرض القانوني الصادر من الغير وينتج هذا التعرض كما في حالة وجود ادعاءات متضاربة على علامات تجارية متشابهة[2] ، وحالة استعمال العلامات من قبل أكثر من شخص واحد في نفس الوقت[3] ، فإذا تمكن مانح الامتياز من دفع هذا التعرض انتهت مسؤوليته فان لم يقم بذلك واستحقت العلامة التجارية للغير فان مانح الامتياز يصبح مسئولا ويكون من حق المستفيد المطالبة بفسخ العقد واسترداد المبالغ إلي دفعها فضلا عن التعويض المناسب إذا ما لحقه ضررا جراء هذا التعرض[4]، وللضمان القانوني صورة أخرى منها ضمان العيوب الخفية ؟

القاعدة العامة أن العيب الخفي هو فقدان العلامة التجارية لبعض الصفات التي كفل مانح الامتياز وجودها أو أن في العلامة عيب ينقص من قيمتها شريطة ألا يكون المستفيد عالما به وقت التعاقد[5] ، إلا انه يشترط في العيب أن يكون مؤثرا أي يحول دون الانتفاع بمحل عقد الامتياز أو ينقص من هذا الانتفاع نقصا كبيرا هذا من ناحية ومن ناحية أخرى أن يكون العيب خفيا ولم يكن بالوسع المستفيد اكتشافه حتى لو بذل جهدا معقول وكان ذلك إما لان مانح الامتياز أكد للمستفيد خلو العلامة التجارية من هذا العيب لأنه قد تعمد أن يخفي على المستفيد هذا العيب غشا إذ يكون المستفيد في كلتا الحالتين معذورا في عدم كشف العيب[6] ، فالعيب في محل العقد يجعله غير نافع أو اقل نفعا من هنا فان التزام مانح الامتياز لا يقف عند

---

[1]- المادتين (٢٨٤،٢٨٥) من القانون المدني الأردني .
[2]- المادة (١٧) من قانون العلامات التجارية الأردني.
[3] - المادة (١٨) من قانون العلامات التجارية الأردني.
[4] - المادة (٦٥٨) من القانون المدني الأردني .
[5] - المادة (٢/٦٨٦) من القانون المدني الأردني .
[6] - جعفر الفضلي ، مرجع سابق. ص٢٤٩وما بعدها .

تمكين المستفيد من استعمال العلامة التجارية موضوع عقد الامتياز استعمالا هادئا بل يمتد ليشمل الاستعمال والانتفاع النافع بمعنى أن يكون حق الاستعمال المنقول لمانح الامتياز له بموجب عقد الامتياز كاملا ويحقق الغرض منه وعكس ذلك سوف لا يحقق الغرض منه ولا النتيجة التي قصدها الطرفان مما يجعل مانح الامتياز في وضع المخل بالتزامه .

وعلى هذا النحو فان العيوب القانونية التي يمكن تبنيها في العلامة التجارية كانتهاء مدة الحماية القانونية لها دون تجديد تسجيلها أو انقضائها لعدم دفع الرسوم أو أنها مملوكة على الشيوع أو أنها محل ترخيص سابق مما يؤدي إلى انخفاض قيمتها التجارية لا تعتبر عيوبا خفية لان في مقدور المرخص له اكتشافها بمجرد الرجوع إلى سجل العلامات التجارية .

ومن المتصور أن يكون عيبا خفيا في محل عقد الامتياز عدم كفاية المردود الايجابي للعلامة التجارية أو محدودية منفعة العلامة أو أن المادة المصنعة والتي تحمل العلامة التجارية لا يمكن بيعها بربح ولو كانت صالحة للاستعمال وفي حالة توافر العيب الخفي وترتب عليه حرمان المستفيد من الانتفاع بالعلامة التجارية جاز له أن يطلب فسخ العقد أو إنقاص الأجرة مع التعويض المناسب عما لحقه من ضرر[١]، ولكن هل يجوز الاتفاق على تعديل أحكام الضمان السابق الإشارة إليها ؟

يجوز لمانح الامتياز والمستفيد الاتفاق على تعديل القواعد التي نص عليها القانون وذلك بالتخفيف من مسؤولية مانح الامتياز أو التشديد فيها أو حتى الإعفاء منها على اعتبار أن أحكام الضمان ليست من النظام العام بل هي مفسرة لإرادة المتعاقدين[٢].

وعليه فمن الجائز الاتفاق على تخفيف التزام مانح الامتياز بضمان تعرضه الشخصي كما لو تم الاتفاق على انه في حالة صدور تعرض من مانح الامتياز المبني على سبب قانوني فانه لا يحق للمستفيد المطالبة بالتعويض وإنما يقتصر حقه في المطالبة بفسخ العقد أو إنقاص الأجرة وان يتفق الطرفان على انه في حالة صدور أعمال مادية من مانح الامتياز فان حق للمستفيد يقتصر على إنقاص الأجرة دون المطالبة بفسخ العقد .

كما يجوز الاتفاق على التشديد من مسؤولية مانح الامتياز كما لو اشترط المستفيد أن يكون له الحق في فسخ عقد الامتياز إذا حدث أي إخلال في الانتفاع بمحل العد كما يجوز الاتفاق على إعفاء مانح الامتياز من مسؤولية الضمان عن تعرضه الشخصي سواء كان تعرضا ماديا أو قانونيا ولا بد لصحة الاتفاق على الإعفاء أو التخفيف أو التشديد من المسؤولية مانح الامتياز أن لا يكون مانح الامتياز أو المستفيد قد حصل على هذا الاتفاق نتيجة غش من جانبه[٣] ، وما قيل بشأن الاتفاق على تعديل أحكام ضمان التعويض والاستحقاق يقال بشأن ضمان العيوب الخفية لان أحكام ضمان العيوب الخفية ليست من النظام العام ، ولهذا يجوز للمتعادين أن يتفا على خلافها تشديدا أو تخفيفا أو إعفاء .

أما الضمان ألاتفاقي فالمقصود به خروج أطراف العقد على القواعد الضمان المنصوص عليها قانونا سواء بالتعديل أو التشديد أو التخفيف أو الإعفاء منها ، وتأتي أهمية هذه الصورة من الضمان بالنسبة لعقد الامتياز من كون الضمان القانوني بنطاقه التقليدي

---

[١] - المادة (٦٨٧) من القانون المدني الأردني .
[٢]- جعفر الفضلي ، مرجع سابق، ص٢٤٨
[٣] - المادة (٦٨٩) من القانون المدني الأردني.

المعروف يقصر عن تحقيق غاية المستفيد بالنظر إلى طبيعة العلامة التجارية كمال معنوي عندما تكون محلا للتصرفات القانونية الجائزة قانونا بيعا ورهنا وحجزا وترخيصا بالامتياز ، كما أن الضمان القانوني بأنواعه يستهدف ضمان استعمال المستفيد للعلامة التجارية استعمالا هادئا ونافعا لا يعكر صفوه وهو ما يكفي في اغلب الأحوال لتحقيق غاية العقد عندما يكون محل التعاقد مالا ماديا[١] .

و بالنسبة للعلامة التجارية كأحد الأموال المعنوية على وجه الخصوص فانه من المتصور ألا يكون لدى المستفيد الخبرة والدراية الكافية لأدراك حقيقة ما يتفاوض عليه لان المستفيد لا يسعى للحصول على امتياز باستعمال العلامة التجارية لما فيها من أفكار رائعة وإنما لكي يستغلها ويستثمرها في إنتاج سلع وبضائع وتقديم خدمات تحمل هذه العلامة وتعوضه عما أنفقه من أموال طائلة وبالتالي لتعود عليه بالمردود الايجابي الذي توقعه .

ولذلك ترى الدراسة أن التزام مانح الامتياز لا يقتصر على ضمان استعمال المستفيد للعلامة التجارية استعمالا هادئا و نافعا (الضمان القانوني) وإنما لا بد أن يضمن النتيجة المطلوبة من استعمال هذه العلامة أي الالتزام بضمان النتيجة ، ولذلك ترى الدراسة انه من الجائز أن يدرج الطرفان مانح الامتياز والمستفيد في عقد الامتياز شروط ضمان قد تختلف بصورة أو بأخرى عن الضمان القانوني ومن قبيلها مثلا (التعاقد على العلامة التجارية تحت مسؤولية مانح الامتياز أو المستفيد) وهكذا فان أحكام الضمان من الممكن تعديلها شرط عدم الأضرار بالمستفيد أو الغير وإلا يكون قد حصل عليها مانح الامتياز نتيجة غش وذلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني أردني .

رابعا تقديم المساعدة الفنية والعون للمستفيد .

تتطلب العلاقة بين طرفي عقد الامتياز تواصلا مستمرا، فالمانح لا تنقطع صلته بالطرف الآخر بمجرد التوقيع على العقد وتنفيذه لالتزامه بنقل عناصر المعرفة الفنية، وإنما يمكن القول بأن هذه العلاقة تبدأ منذ توقيع هذا العقد، حيث يلتزم المانح بمساعدة الطرف الآخر على استيعاب التكنولوجيا محل العقد واستخدامها الاستخدام الأمثل طوال تنفيذ العقد، كذلك يلتزم بأن ينقل إليه ما يدخله على جوهر المعرفة الفنية محل التعاقد من تحسينات . ويقترن هذا الالتزام عادة بالالتزام الأول الخاص بنقل عناصر المعرفة الفنية المتعلقة بالعلامة التجارية محل العقد ، ويضاف كلما احتاج تطبيق المعرفة إلى متخصصين لا يتوافرون لدى المستفيد ، فيلتزم المانح بتزويده بعدد منهم لتدريب عماله على استعمال المعرفة الفنية محل العقد ، وكثيرا ما يشير العقد لهذا الالتزام بالتدريب ثم ينظم بعقد منفصل[٢] ، أي ينظم بملاحق ترفق بالعقد غالبا عند توقيعه.

وعليه فالمساعدة الفنية تتمثل في التمكين من استغلال المعرفة الفنية ، ونقل التحسينات، ووسائل تقديم المساعدة الفنية إما أن تكون مادية أو معنوية ، بحسب نوع النشاط وطبيعة المعرفة محل التعاقد . وتتمثل الوسائل المادية لنقل المساعدة في الكتيبات الإرشادية والمجلات الخاصة وأشرطة الفيديو وغيرها .أما الوسائل غير المادية فتتمثل في دورات التدريب والزيارات .

---

[١] - جعفر الفضلي ، مرجع سابق، ص٢٣٩.
[٢] - محسن شفيق-المرجع السابق -ص ٧٨

ومحل الالتزام بالمساعدة الفنية معنويا دائما، ما دام أنه يتمثل في تنمية قدرة المستفيد وتمكينه من استيعاب المعرفة محل التعاقد عن طريق الخبرة والتدريب المنصوص عليها في الفقرة الأولى سالفة الذكر، لذلك يجب عدم الخلط بينه وبين الالتزام بتقديم قطع الغيار اللازمة . فمحل هذا الالتزام مادي دائما، فضلا عن أن تخلفه لا يؤثر على وجود العقد، كونه التزاما استثنائيا يتوقف على إرادة الطرف الآخر .

فالمساعدة على هذا النحو تقيم رابطة فنية زمنية بين الطرفين طوال مدة العقد، وهي على هذا النحو يمكن اعتبارها التزاما جوهريا على عاتق المانح ، إذا تخلف عن تأديته كان للطرف الآخر الحق في طلب الفسخ أو البطلان بالنظر إلى المرحلة التي أخل بها بهذا الالتزام .

أما المظهر الثاني للمساعدة الفنية ألا وهو نقل التحسينات ، فيقصد به التزام المانح بأن ينقل للطرف الآخر كل تحسين لاحق لإبرام العقد وأثناء تنفيذه . يتبين من ذلك أن هذا الالتزام يتسم بالاحتمالية، ووجوده يتحدد بظروف المانح التقنية وقدرته على التطوير خلال مدة سريان العقد، بالإضافة لوجوب ارتباطه بالمعرفة محل التعاقد، وطلب الطرف الآخر لهذه التحسينات .

وبهذا يكون التعاقد على المعرفة الفنية قد تضمن التزاما ذو شقين: فوري يتمثل في نقل المعرفة المتحققة وقت التعاقد، والآخر مستقبلي محتمل الوقوع ويتمثل في نقل التحسينات . ويعد هذا الالتزام ثانويا ويتسم بطابعه الإرادي المتوقف على طلب الطرف الآخر، ولا أثر لتخلف هذه التحسينات على الوجود القانوني للعقد[1].

نخلص في القول بأن العلاقة بين مانح الامتياز والمستفيد تبدأ بتوقيع العقد إن لم تكن قبل ذلك حيث يكون على المانح أن يقدم الوثائق الفنية والتصميمات والرسومات الهندسية وغيرها من الوثائق اللازمة لاستيعاب المعرفة الفنية واستخدامها الاستخدام الأمثل، كذلك يلتزم بتقديم كافة الخدمات الفنية التي يطلبها الطرف الآخر، وأن يمده بالخبراء اللازمين لاستغلال العلامة التجارية محل العقد، أو لتدريب الأيدي العاملة التي تستلزمها المعرفة الفنية[2] .

وهذه البيانات تنقل عادة بإرفاقها كملاحق للعقد إن كانت مدونة، وإما أن تنتقل شفاهه خلال زيارات المستفيد وتابعوه الفنيون لمنشأة الطرف الآخر، ويجب أن يفصل العقد هذه الزيارات .

ويلتزم المانح بتزويد المستفيد، بناء على طلبه، خلال مدة العقد، بقطع الغيار التي ينتجها وتحتاجها الآلات والأجهزة التي تستعمل في تشغيل منشأته، وإن كان المانح لا ينتجها في منشأته وجب أن يعلم المستفيد بمصادر الحصول عليها وهذه الأموال المادية المنصوص عليها، يجب أن يفصل العقد مكان وزمان تسليمها ومن ، من الطرفين يتحمل تبعة هلاكها.

---

[1] - محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق،ص ٢٢١ إلى ٢٣٣

[2] - منير وممدوح محمد الجنبيهي،العقود التجارية، دار الفكر الجامعي ٢٠٠٠، ص ١٦

وعليه فبيان طرق نقل العناصر التي تشملها المعرفة الفنية إلى حيازة المستفيد فمكانه هنا في البنود الخاصة بالتزامات المانح، أما تعيين هذه العناصر ومدى حقه في استعمالها فموضعه في العقد البنود المتعلقة بالمحل والسابق الحديث عنها[1] .

والتخلف عن تنفيذ هذا الالتزام يعطي المستفيد الحق في الفسخ واسترداد المقابل المدفوع إضافة للتعويض ، أما التأخير عن تنفيذه فجزاؤه التعويض الإجمالي عن كل فترة زمنية، وقد يتفق في العقد على حق المستفيد في طلب الفسخ إذا بلغ الضرر الناشئ عن التأخير حدا معينا .

يقع على عاتق مانح الامتياز ، وبموجب العقد منح امتياز العلامة التجارية تقديم المساعدة الفنية للمستفيد من عقد امتياز العلامة التجارية. وذلك لتمكينه من الاستفادة من العلامة التجارية حسب الاتفاق وشروط الامتياز وبما يحقق مصالح الأطراف كما أن العلاقة العقدية الناشئة عن منح الامتياز للعلامة التجارية هي علاقة طويلة الأمد ويتخللها عمل وتعاون بين الأطراف لما فيه مصلحتهما .

ولذلك فان عقد الامتياز يتضمن شروطا ، تفرض على مانح الامتياز التزامات معينة تهدف إلى تمكين المستفيد من استعمال العلامة موضوع الامتياز والانتفاع بها على أفضل وجه ومن هذه الشروط ، بيع مانح الامتياز للمستفيد وبصورة حصرية المواد الأولية اللازمة لتصنيع السلع التي تحمل العلامة التجارية موضوع العقد مع الامتناع من بيعها لمنافسيه وتقديم الخدمات والتقنيات الأزمة والقيام بالدعاية الأزمة لترويج المنتجات وعدم إنهاء العقد أو الامتناع عن تجديده بصورة تعسفية[2] ، ومنها أيضا عدم مزاحمة المستفيد للمرخص لهم الآخرين الداخلين في شبكة التوزيع مانح الامتياز وعدم شراء المواد الأولية المتفق عليها من مصادر غير محددة في العقد وهذا ما يميز عقد منح الامتياز للعلامات التجارية عن غيره من العقود القريبة منه والشبيهة فيه كعقد التوزيع وهو التعاون بين طرفي العقد[3] ويلتزم مانح الامتياز بتقديم المساعدة في المجالات الفنية والإدارية والدعائية والقانونية والضريبية والمالية ، وأيضا تدريب موظفي ممنوح الامتياز وأيضا يتوجب على مانح الامتياز تقديم المعلومات المتعلقة بالتحسينات التي يقوم بها والتطورات التي يقوم بها من اجل مواجهة سوق المنافسة ، ويقوم مانح الامتياز بتقديم هذه المساعدات والتعاون مع المستفيد من الامتياز بشكل دوري[4].

خامسا الالتزام بالإفضاء:

يلتزم مانح الامتياز أن يكشف للمستفيد في العقد أو خلال المفاوضات التي تسبق إبرامه عن الأخطار التي قد تنشأ عن استخدام المعرفة الحديثة محل العقد، وعلى وجه الخصوص ما يتعلق منها بالبيئة أو الصحة العامة أو سلامة الأرواح أو الأموال، وعليه أن يطلعه على ما يعلمه من وسائل لاتقاء هذه الأخطار .

كما يلتزم مانح الامتياز بالكشف عن الدعاوى القضائية وغيرها من العقبات التي تعوق استخدام الحقوق المتصلة بالمعرفة الحديثة، لاسيما ما يتعلق منها ببراءات الاختراع ، كما

---

[1]- د .محسن شفيق ، المرجع السابق ،ص٧٤
[2]- حمزة حداد ، مرجع سابق ص٦
[3]- حمزة حداد ، مرجع سابق ص٦
[4] - ماجد عمار ص ٩٣ ،رضوان ص ١٤٥

يلتزم أن بالكشف عن أحكام القانون المحلي بالنسبة للمورد بشأن التصريح بتصدير المعرفة الحديثة .

في هذا تأكيد على وحدة طبيعة الالتزام في مرحلة ما قبل الإبرام وما بعده، ومن ثم يقرر التزاما عاما سواء كان تعاقدي أو وقبل التعاقدي على عاتق المانح بالإدلاء للطرف الآخر وقت إبرام العقد بكافة المعلومات والبيانات المتوفرة لديه بالنسبة لهذا العقد الذي تجري المفاوضة أو التعاقد بشأنه[1]، ومرجع ذلك أن هذا العقد يقبل المستفيد عليه غالبا، وهو ليس على قدم المساواة مع الطرف الآخر، إما بسبب عدم درايته أو خبرته بالشيء محل هذا العقد، وإما بسبب طبيعته أو صفة المتعاقد الآخر التي تجعله متفوقاً عليه بسبب كونه محترفاً أو محتكرا لمعرفة معينة تفرض إذعان الطرف الأول لإبرام العقد دون استعلام أو مناقشة .

فمن أجل حماية هذا المتعاقد يتوجب على الطرف الآخر أن يدلي له بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد والتي من شأنها أن تساهم في إيجاد رضاء كامل وسليم ومتنور بكافة تفصيلات هذا العقد، سواء كان ذلك في مرحلة التعاقد أو في مرحلة المفاوضات السابقة عليه [2].

لقد جاء قانون السلوك الدولي لنقل التكنولوجيا[3] مؤكدا على هذا الالتزام باعتباره متقابلا، حيث نص في الباب الخامس منه في معرض حديثه عن قواعد السلوك في مرحلة التفاوض، فأوصى التقنين بوجوب مراعاة الأصول التالية:

١- تزويد المستورد بالمعلومات اللازمة لتمكينه من الوقوف على عناصر التكنولوجيا وتقدير قيمتها على أن تكون هذه المعلومات مفصلة "على قدر المستطاع".

٢- التصريح بما يكون قد أبرمه كل من الطرفين من اتفاقات سابقة تؤثر في اتفاق نقل التكنولوجيا التي تجري المفاوضة بشأنها، وذلك بالقدر المستطاع الذي لا يحدث ضررا .

٣- التزام المستورد بتزويد المورد بالمعلومات المتاحة له والخاصة بالظروف الفنية في دولته وأهدافها في التنمية وتشريعاتها ذات الصلة بنقل التكنولوجيا، وذلك بالقدر اللازم لتمكين المورد من تنفيذ التزاماته.

٤- يتعهد المورد باطلاع المستورد على ما لديه من أسباب أو معلومات تجعله يعتقد أن استعمال التكنولوجيا بالكيفية المقترحة أو استعمال السلع الناتجة عن تطبيقها لا يناسب البيئة بدولة المستورد أو يمثل خطرا على الصحة العامة أو من بها .

٥- وأخيرا يتعهد المورد باطلاع المستورد على ما يعلمه من قيود أو منازعات تتعلق بالحقوق التي تشملها التكنولوجيا .

لقد كان الفقه والقضاء سباقا للتشريع في تقرير هذه الحماية، وخاصة قبل التعاقد[1] ، حيث نادى بتقرير التزام على عاتق الطرف الآخر أن يدلي له، قبل إبرام العقد، بكافة البيانات

---

[1]- حسام الدين الأهواني- المفاوضات قبل التعاقدية ومراحل إعداد العقد الدولي، تقرير مقدم لندوة المنظمة التعاقدية للقانون المدني ومقتضيات التجارة الدولي ، ص ٢وما بعدها.

[2]- محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق،ص ٣٥ وما بعدها

[3] - أمية علوان، ملاحظات حول المسؤولية قبل العقدية عن قطع المفاوضات في عقود التجارة الدولية-تقرير مقدم لندوة المنظمة التعاقدية للقانون المدني ومقتضيات التجارة الدولية -ص٤ وما بعدها.

والمعلومات المتعلقة بهذا العقد والتي من شأنها أن تساهم في إيجاد رضاء كامل وسليم ومتنور بكافة تفصيلات العقد . حيث كان البحث في الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات ينحصر في التساؤل حول معرفة هل يمكن أن يلتزم أحد الطرفين، قبل إبرام العقد، بأن يقدم للطرف الآخر بيانات ومعلومات معينة تفصيلية خاصة بالعقد المزمع إبرامه تساهم في تكوين الرضاء الواعي المتبصر وتؤثر على وجود الإرادة الحاسمة في إبرام العقد، وهو الأمر الذي حرص على تأكيده شراح القانون المدني الفرنسي المعاصرون بتأكيد أن هذا الالتزام يجد مكانه في المرحلة السابقة على إبرام العقد .

وعليه فهذا الالتزام يتميز عن الالتزام التعاقدي الذي يقع على عاتق أحد المتعاقدين بوجوب إخطار المتعاقد الآخر بمعلومات وبيانات معينة أثناء تنفيذ العقد[٢] .

وترى الدراسة بأن الالتزام التعاقدي وقبل التعاقدي يعد وسيلة قانونية للاعتداد بمبدأ حسن النية والثقة المشروعة في الروابط العقدية اعتدادا فعالا ومؤثرا حيث يجد جزاءه القانوني الكافي.

فهو من ناحية أولى : من شأنه العمل على امتداد مبدأ حسن النية من مجال تنفيذ العقد إلي مجال إبرامه بحيث يترتب على مخالفته بطلان العقد، وبذلك يصبح هذا الالتزام أداة وقائية لحماية الإرادة .

ومن ناحية ثانية : يمكن إعماله بجانب نظرية عيوب الرضاء ليكمل نقص وعدم فاعلية هذه النظرية، ويعالج ضيق دائرتها بسبب شدة شروطها .

ومن ناحية ثالثة: فهو يعمل على الجمع بين جزائي البطلان والتعويض لجمعه بين الغلط والتدليس في عيب واحد مشترك يعتد بتعيب الإرادة بسبب مسلك المتعاقد الآخر في عدم الالتزام بالإدلاء، ومن ثم فهو يسهل بذلك الحكم بالإبطال والتعويض في آن واحد .

ومن ناحية رابعة: فان تقرير هذا الالتزام من شأنه أن ينسق بين الأحكام القانونية المترتبة على اجتماع هذه الجزاءات، ولاسيما جزاء تعيب الإرادة وخاصة الغلط .
وأخيرا من شأنه أن يوحد الأساس القانوني للبطلان ومن ثم بلورة الاجتهادات الفقهية لشراح القانون في هذا الصدد، دون أن يرد هذا الجزاء إلى أحكام الغلط أو شرط تعيين المبيع، وإنما يضع حكما متميزا مستقلا يتفق مع طبيعة هذا النوع من العقود، ويجعل هذا البطلان جزاء عدم تنور الرضاء تنورا كافيا بعناصر العقد المزمع إبرامه بسبب عدم الإفضاء بالبيانات اللازمة لهذا التنوير[٣].

أما بالنسبة لجزاء الإخلال بهذا الالتزام، فهو يتخذ أحد جزائيين أو قد يتمثل في الجمع بينهما بحسب ما إذا كان سابقا أو لاحقا للتعاقد، فأما الجزاء الأول فهو البطلان، أي إبطال التصرف القانوني الذي ابرم متضمنا إخلال أحد طرفيه لالتزامه بالإدلاء إخلالا معيبا لإرادة الطرف الآخر، وأما الجزاء الثاني فهو المسؤولية المدنية، فلا شك في أن الإخلال بهذا

---

[١] - أمية علوان ، مرجع سابق ص ٧ وما بعدها .
[٢] - نزيه محمد الصادق المهدي ، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد ، دار النهضة العربية ١٩٨٢ ص ٣٨
[٣] - نزيه محمد الصادق المهدي ، المرجع السابق، ص ٢٥٦

الالتزام يعد في ذاته خطأ سابقا على التعاقد ويستوجب الحكم بالتعويض عن الضرر المترتب عليه. وإذا ما اعتبرنا هذا الالتزام متعلق بمحل العقد، فمخالفته تمثل أساس لطلب البطلان، وكذلك طلب الفسخ إذا كشف تنفيذ العقد عن قصور في المعلومات المتوالية التي يلتزم أن يمد المانح بها المستفيد[1].

سادسا الالتزام بالمحافظة على سرية التحسينات:

إن تنوع المواقع التي تتدخل فيها السرية، لم يكن ليسمح بسهولة تحليلها أو إعطاء تعريف شامل ودقيق عنها . ولكن السرية تنحصر في المعلومات التي يحتويها كل جزء من المعرفة الحديثة . فكل جزء من أجزائها يحتوي على سر، وعليه فلا يقصد بالسرية هنا أن تتم المفاوضات في غير علانية، فالمراد من السرية إذا هو ما يكمن في المعرفة الحديثة ذاتها. وهناك أنواع عديدة من السرية مثل السرية الضرائبية والسرية المهنية، والسرية المصرفية، والسرية الإدارية وسرية المعلومات وسرية الأعمال التجارية، وقد تكمن السرية في تصميم الآلة أو الجهاز أو في كيفية استعماله، أو في تركيب المادة ، أو في طريقة التعليب أو التبريد أو مزج السوائل أو غير ذلك من الأسرار الصناعية[2].

وإن الهدف الأساسي من السرية ، يكمن في توفير الحماية الاقتصادية والقانونية لمالكها. وإن السرية بوصفها عنصر مكون للتكنولوجيا هي نتيجة جهد فكري، قد يضطر صاحبها إراديا، لضرورات تجارية وأحيانا قانونية للكشف عنها، ومن بين الأسباب التي تضطر حائز التكنولوجيا للبوح بسرها، المتطلبات الاقتصادية . فالذي يريد التنازل عن تكنولوجيته يضطر إلي الكشف عنها أو عن جزء منها[3] .

يلتزم المانح بالسرية في التحسينات التي أدخلها المستفيد على المعرفة محل العقد فقط ، إذا وجد شرط في العقد يقضي بتبادل التحسينات المدخلة . و يمتد هذا الالتزام كي يكون التزام عام على عاتقه بالمحافظة على سرية المعلومات التي يفضي بها له الطرف الآخر خاصة في مرحلة التفاوض، وعدم قصر هذا الالتزام على مرحلة دون أخرى، وعلى معلومات دون أخرى، أي سواء كانت معلومات تتعلق بالمعرفة محل العقد أو معلومات تتعلق بدواعي حاجة الطرف الآخر لهذه المعرفة محل العقد، وهي معلومات قد تكون جديرة بالحماية أيضا .

وفي حالة إفشاء هذه السرية، فالجزاء المترتب، التعويض عن الضرر الذي قد يصيب المستفيد من جراء ذلك.

المطلب الثاني التزامات المستفيد من الامتياز .

يرتب عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية التزامات على عاتق المستفيد ، تتلخص هذه الالتزامات في ، دفع المقابل المال المتفق عليه للمانح ، و الالتزام بالمحافظة على السرية ، و الالتزام الاستغلال وبالكفاءة .

---

[1] - محمد محسن إبراهيم النجار، المرجع السابق ، ١٨١-١٩٨

[2] - محسن شفيق-المرجع السابق -ص ٣٦ وما بعدها

[3] - محسن شفيق-المرجع السابق -ص ٦١

أولا الالتزام بأداء المقابل المالي (رسوم الامتياز) :

يعتبر تحديد الرسوم المختلفة التي سيدفعها المستفيد لمانح الامتياز إضافة إلى تحديد طريقة الدفع وأسلوبه من أهم نصوص اتفاقية الامتياز وبالإضافة إلى ذلك يعتبر أمر معرفة الرسوم المتوجب دفعها من أهم الأمور الواجب على المستفيد تفحصها وأخذها بعين الاعتبار قبل اتخاذ القرار بشراء الامتياز وهناك طرق كثيرة لتحصيل أو تأدية تلك الرسوم حيث يمكن أن تأخذ الشكل النقدي الفوري أو تأخذ شكل دفعات نقدية مستمرة ومتعددة أو تشمل كلا النوعين ، وعموما فان هناك أنواع مختلفة من رسوم الامتياز أو التعويضات المالية الواجب دفعها مقابل الحصول على الامتياز وهي :

أولا رسوم الدخول في الاتفاقية : وهو مبلغ مالي يتم تأديته إما دفعة واحدة أو على عدة دفعات (مثلا ٢٥% منها عند توقيع الامتياز ، ٢٥% لدى انتهاء التدريب ، ٢٥% لدى افتتاح المحل الذي سيباشر العمل بموجب الامتياز....الخ) ويعتبر هذا الرسم تعويض مالي للمانح مقابل منح امتياز استخدام العلامة التجارية الخاصة به أو مقابل التدريب المبدئي والنفقات الإدارية المرافقة لإنشاء المحل الجديد الذي سيباشر العمل بموجب الامتياز .

ثانيا عوائد نسبية يؤديها المستفيد للمانح : وغالبا تكون نسبة مئوية من الدخل الإجمالي المتحصل للمستفيد من المشروع محل الامتياز وتعتبر مصدر الدخل الرئيسي للمانح بحيث يمثل الدفعات المالية مقابل جهد المانح في البحث والتطوير لنظام الامتياز .

ثالثا رسوم الدعاية والإعلان والترويج : تعتبر الدعاية والإعلان والترويج للسلعة محل الامتياز من العوامل الجوهرية لنجاح المشاريع التي منحها الامتياز بالإضافة إلى ضمان الطلب المستمر على السلع والخدمات محل الامتياز .

رابعا رسوم مقابل خدمات محددة : في معظم علاقات الامتياز يكون على المانح مسئولية مستمرة تتمثل في تقديم الخدمات الاستشارية للمستفيد بشكل يؤدى إلى تحسين سير العمل وأنظمته وتحديثها ولذلك ينبغي أن تشمل اتفاقية الامتياز رسوما محددة مقابل هذه الخدمات الاستشارية .

وبناء عليه يلتزم المستفيد بأن بدفع المقابل المالي المتفق عليها إلى المانح ، ويتوقف تحديد هذا المبلغ على عوامل كثيرة ، فالمانح يضع في اعتباره مقدار المنفعة التي تعود على المستفيد . أما المستفيد فهو يقارن بين المبالغ التي سيدفعها للمانح ومقدار ما سيعود عليه من نفع خلال فترة العقد.

وقد يقدر هذا المقابل بمبلغ جزافي يتم سداده على أقساط دورية ، أو على أساس نسبة مئوية من المبيعات أو الأرباح تدفع بصفة دورية ويتم تحديدها بحسب العادات والأعراف التجارية السائدة . وقد يتخذ هذا المبلغ صورة الأجر أو الأتعاب في حالة تقديم خدمات ومساعدات فنية من المانح أو تابعيه . ويقدر المقابل في هذه الحالة على أساس مبلغ معين لكل عمل من أعمال الإشراف أو التدريب أو الخدمات الفنية حسب قيمة الخدمة ومدتها . وقد يجرى الجمع بين كل هذه الصور عند تحديد مقابل الانتفاع باستخدام البراءة أو العلامة .

وفى كثير من عقود الامتياز يلتزم المستفيد بأن يدفع مبلغا نقديا في بداية التعاقد ويغطى هذا المبلغ المصروفات اللازمة لانضمام المستفيد لشبكة المشروعات التابعة للمانح . وبالإضافة إلى ذلك يلتزم المستفيد عادة بدفع مبلغ بصفة دورية يجرى تحديده بحسب العادات والأعراف السائدة . ويجوز الاتفاق على حساب هذا المبلغ وتحديده بنسبة مئوية من الإنتاج أو المبيعات أو الأرباح .

وأحيانا يتفق على حدود دنيا أو قصوى لهذا المبلغ بحيث لا يقل أو لا يتجاوز رقما معينا ، ويعتبر هذا المبلغ مقابلا لاستخدام حقوق الملكية الفكرية والمعرفة الفنية محل العقد بالإضافة إلى الخدمات التي يقدمها المانح أثناء تنفيذ العقد كالإشراف على الإنتاج واختبار صلاحية العينات ، والتدريب ، وأعمال الإعلان والدعاية .

ووفقا للمادة ٨٢ من قانون التجارة المصري الجديد رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩ يلتزم مستورد التكنولوجيا بدفع مقابل التكنولوجيا والتحسينات التي تدخل عليها في الميعاد والمكان المتفق عليه . ويجوز أن يكون المقابل إجماليا يؤدى دفعه واحدة أو على دفعات متعددة ، كما يجوز أن يكون المقابل نصيبا من رأس المال المستثمر في تشغيل التكنولوجيا أو نصيبا من عائد هذا التشغيل . ويجوز أن يكون المقابل كمية معينة من السلعة التي تستخدم التكنولوجيا في إنتاجها أو مادة أولية ينتجها المستورد ويتعهد بتصديرها إلى المورد .

يتحمل المستفيد في عقد الامتياز عبئ العملية الاستثمارية ، فبينما لا يقدم الطرف الآخر سوى القدر الذي يسمح به هو من معرفته الفنية محل التعاقد، نجد الطرف الأول ملزما بنوعين من النفقات : الأولى تتمثل في تهيئة منشأته للدخول في عقد الامتياز[1] ، أما الثانية فتتمثل في مقابل حق الدخول، وهي نفقة تدفع للمانح وفقا لما يراه الأخير ثمنا لسماحه بانضمام المستفيد إلى الشبكة، وكذلك ثمنا للسماح له باستغلال المعرفة الفنية محل العقد . والمقابل الذي يقدم للمانح يحدده الأخير بطريقة تحكمية يغلب عليها الطابع الاحتكاري[2] .

و أيضا قد يكون المقابل نقدا أو عينا أو مقايضة. فإذا كان هذا المقابل نقدا، وجب أن يبين العقد مقداره ومكان وزمان الوفاء به. وقد يكون المقابل مبلغا إجماليا، أو نصيبا في عائد التشغيل، أو الأمرين معا، والمبلغ الإجمالي هو الصورة الغالبة في العمل رغم ما قد يمثله من مزايا ومضار لكل من الطرفين مزايا الوفاء بالمقابل الإجمالي تتمثل في : أنه بالنسبة للمانح يمكنه من استرداد ما قد أنفقه على ابتكار المعرفة الفنية، ويمكنه أيضا من توجيهه لابتكار ما هو أحدث.

وبالنسبة للطرف الآخر يمكنه من تحديد ما أنفقه بدقة. ويقابل هذه المزايا عيوب تتمثل في :المبلغ الإجمالي بالنسبة للمانح يكون في العادة أقل من حصيلة العائد خاصة في حالة نجاح الاستثمار، وهو بالنسبة للطرف الآخر يشكل عبئا ثقيلا على عاتقه، يفضل لو وظفه في الاستثمار[3]. وقد يتفق على أداء المبلغ الإجمالي دفعة واحدة أو على عدة أقساط، قد تبدأ بمبالغ كبيرة ثم تتدرج في الهبوط أو العكس، وأيا ما كانت الطريقة المتفق عليها لأداء الدفعات، يجب أن يعين العقد مقدار كل دفعة وزمان ومكان وضمانات الوفاء بها .

[1] - محمد محسن إبراهيم النجار -المرجع السابق-ص١٨
[2] - المرجع السابق نفسه ص٢٣-٣٢
[3] - محسن شفيق – المرجع السابق ص ٨١

وإذا ما كان المقابل النقدي حصة في عائد الاستثمار، كنسبة من ثمن المبيعات أو رقم الأعمال، فإنه يكون عادة مقترنا ببيان الوسائل التي تمكن الطرف الآخر من تعيين نصيبه من ذلك العائد ، أما المقابل العيني فهو قد يكون سلعا مما تستثمر المعرفة الفنية محل العقد في إنتاجية، كالنصف أو الربع ، وقد يكون المقابل العيني مادة أولية، كالحديد والبترول والفحم.

وأخيرا قد يكون المقابل في صورة مقايضة بين معرفة فنية يقدمها أحد الطرفين، وأخرى يقدمها الطرف الآخر، وقد يتعلق العقد بمعرفتين حاضرتين، أو ما قد يتم التوصل إليه مستقبلا من معارف خلال مدة معينة أو غير معينة . ولا يتم المقابل بهذه الصورة إلا بين طرفين على مستوى رفيع من العلم والمعرفة الفنية[١] .

وتخلف المستفيد عن تنفيذ التزامه بأداء المقابل في الميعاد المبين في العقد، فجزاؤه التنفيذ العيني، أو الفسخ والتعويض في الحالتين. أما في حالة التأخير فيكتفي العقد عادة بالفوائد، على أن يحدد سعرها وتاريخ بدء سريانها.

ثانيا الالتزام بالمحافظة على السرية :

يعد الالتزام بالمحافظة على السرية التزاما رئيسيا في عقود الامتياز . ويعنى هذا الالتزام عدم إفشاء أي عنصر من عناصر المعرفة الفنية التي يتلقاها المستفيد ، ويحرص دائما المانح على ضمان سرية المعارف الفنية المتعلقة بالعلامات محل العقد إذا ما تعاقد على نقلها إلى الغير، ومن جانب آخر فإن المانح يلتزم بالمحافظة على سرية التحسينات التي يدخلها المستفيد وينقلها إليه بموجب شروط العقد .

قامت كثير من الدول بوضع نصوص خاصة في تشريعاتها التجارية لمنع سرقة أو كشف السر التجاري وبالتالي حمايته ، إما بإقامة دعوى مدنية أو جزائية ، فعلى سبيل المثال، نصت المادة السابعة من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني على ما يلي :

(أ- لصاحب الحق في السر التجاري المطالبة بالتعويض عما لحقه من ضرر نتيجة إساءة استعمال هذا السر .

ب- لصاحب الحق في السر التجاري عند إقامة دعواه المدنية بإساءة استعمال السر التجاري أو في إثناء النظر فيها أن يطلب من المحكمة ما يلي على أن يكون طلبه مشفوعاً بكفالة مصرفية أو نقدية تقبلها المحكمة :

١- وقف إساءة الاستعمال .

٢- الحجز التحفظي على المواد التي تحتوي على الأسرار التجارية التي تم إساءة استعمالها أو المنتجات الناتجة عن إساءة الاستعمال أينما وجدت .

٣- المحافظة على الأدلة ذات الصلة")[٢].

---

[١]- المرجع السابق– ص٨٠-٨٥ .

[٢] - المادة ٧ من قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠

نلاحظ أن هذا النص يتحدث فقط عن إقامة الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق بصاحب الحق في السر التجاري نتيجة إساءة استعمال الغير لهذا السر، دون وجود أية نصوص تتحدث عن إقامة دعوى جزائية في حالة سرقة السر التجاري مثلاً. لذا نستطيع القول انه إذا توافرت أركان جريمة السرقة ، فيما يتعلق بالسر التجاري، فانه يكمن تطبيق قانون العقوبات المتعلق بذلك . ولكن بعض القوانين الأجنبية قد أفردت قوانين خاصة مستقلة بسرقة السر التجاري ، مثل قانون التجسس الاقتصادي الأمريكي لسنة ١٩٩٦ الذي لا يتعلق فقط بالسرقة المقصودة للسر التجاري وإنما أيضا بنسخه أو كشفه[1]. هذا القانون يدمج بين كل من المطالبة المدنية (التعويض المادي) الذي قد يصل كحد أعلى إلى نصف مليون دولار أمريكي للأشخاص الطبيعيين وخمسة ملايين دولار أمريكي للأشخاص المعنويين ، والمطالبة الجزائية بحيث قد يسجن الشخص لعشر سنوات كحد أقصى.

ولقد تناولت المادة ٨٣ من قانون التجارة المصري الجديد الالتزام بالسرية فنصت على أنه : ("١- يلتزم المستورد بالمحافظة على سرية التكنولوجيا التي يحصل عليها وعلى سرية التحسينات التي تدخل عليها، ويسأل عن تعويض الضرر الذي ينشأ عن إفشاء هذه السرية سواء وقع ذلك في مرحلة التفاوض على إبرام العقد أو بعد ذلك .

٢- وكذلك يلتزم المورد بالمحافظة على سرية التحسينات التي يدخلها المستورد وينقلها إليه بموجب شرط في العقد ، ويسأل المورد عن تعويض الضرر الذي ينشأ عن إفشاء هذه السرية ")[2].

كما ألزم المشرع المانح بعدم إفشاء سرية التحسينات التي أدخلها الطرف الآخر على المعرفة الفنية المنقولة له بموجب العقد المبرم بينهما، وألزمه كذلك بتعويض الضرر الناجم عن ذلك .

ويتضح مما سبق أن المستفيد يلتزم بالمحافظة على سرية المعرفة الفنية في جميع مراحل إبرام العقد، ولا يقتصر هذا الالتزام على مرحلة بعينها.لان المستفيد يحصل من الطرف الآخر على معلومات تتعلق بجوهر المعرفة الفنية سواء في مرحلة التفاوض أو في مرحلة التعاقد . كما وأن المستفيد يكون على علم بكافة أسرار المعرفة التي تجري المفاوضة بشأنها، ثم قد يحدث أي طارئ يتسبب في عدم إتمام الصفقة، مما يصيب الطرف الآخر بالضرر إن تم إفشاء سر التكنولوجيا التي يحوزها، لذلك يلتزم بالمحافظة على سريتها وكذلك التحسينات التي تدخل عليها حماية لمصالح الطرف الآخر في جميع مراحل العقد.

وفي مرحلة المفاوضة يحتاط المانح غالبا بضمانات كي يضمن سلامة المحافظة على سرية المعلومات التي سيفضي بها للمستفيد ، وهذه الضمانات تتمثل في:

أ- يأخذ مانح الامتياز تعهد على المستفيد بالمحافظة على المعلومات السرية التي يضطلع عليها خلال المفاوضات والامتناع عن إفشائها أو استعمالها قبل إبرام العقد النهائي .

[1] - قيس محافظ ، الأسرار التجارية في مجال الملكية الفكرية ،ورقة عمل مقدمة الى ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية ، عمّان، من ٦ إلى ٨ أبريل/نيسان ٢٠٠٤

[2] - المادة ٨٣ من قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩

فإذا كان المستفيد جادا في الحصول على هذه المعرفة فإنه عادة لا يتردد في التوقيع على مثل هكذا تعهد، لأن عدم التوقيع معناه فشل المفاوضات بالنسبة له ، والذي يجري عليه العمل عادة أن يقدم هذا التعهد ضمن الأوراق التي يقدمها المانح كي يوقعه دون مناقشة أو اعتراض إلا إذا احتوى على شروط مجحفة.

ولكن الأمر لا ينتهي عادة بهذه السهولة خاصة عندما يستعين المستفيد بخبير من خارج منشأته، وعند إصرار المانح على وجوب تعهد الخبير بالمحافظة على السرية، ورفض الأخير إعطاء هذا التعهد، كي لا يتورط في المعاملة الدائرة بين الطرفين، ولا مخرج من ذلك إلا أن ينصب المانح من نفسه ضامنا للخبير .

وتعهد المستفيد بالمحافظة على سرية المعلومات التي يطلع عليها خلال فترة المفاوضة، وعدم إفشائها أو استخدامها بمعرفته أو أن يسهل استخدامها من الغير، هذا التعهد هو في حقيقته عقد ينشئ التزام من جانب واحد يتمثل في حماية حقوق مانح الامتياز، وإن هذا التعهد مشروع قانونا، إذ يعبر عن استقلال الإرادة وتطبيقا لمبدأ الحرية التعاقدية .

وإذا ما خالف المستفيد تعهده بعدم إفشاء أسرار المعلومات التي أفضى له بها المانح في مرحلة المفاوضات، فالجزاء هو الحكم عليه بالتعويض وما قد يتبعها من جزاءات تكميلية وفقا للقانون الواجب التطبيق[1]، ويفضل أن يشتمل التعهد على شرط تحكيم لفض مثل هذه المنازعة[2] .

ب- وهناك تعهد يتمثل في إقرار كتابي يوقعه المستفيد أثناء زيارته لمنشأة المانح، وهذا التعهد لا يعول عليه الحائز أهمية كبيرة، لأنه ينشئ التزاما ضعيفا على عاتق المستفيد ، كما وأنه لا يعتبر مصدر قلق للمستفيد، ذلك انه يقوم على الثقة المتبادلة بين الطرفين .

ج- قيام المانح بإرسال المعلومات السرية المتضمنة للمعرفة بالبريد المسجل موضوعة في مظاريف خاصة تحمل تاريخا ثابتا، وكذلك القيام بتسجيل محاضر الجلسات التي تجري فيها المفاوضات، وهي إجراءات احتياطية أكثر منها ضمانات إذ يمكن الاستناد ، إليها في الإثبات وفي تفسير بنود العقد بعد إبرامه إذا اقتضى الأمر ذلك[3] .

د- وأفضل ضمانة يتخذها الحائز للحفاظ على السرية في مرحلة التفاوض ألا يخرج من الأسرار التكنولوجية إلا بالقدر اللازم والضروري لتمكين المستفيد من تقدير قيمتها الحقيقية وليقارن بينها وبين الثمن المطلوب فيها، ويفضل في هذه الحالة ألا يطلع المستفيد على كل التفاصيل التكنولوجية وإنما يقتصر اطلاعه على نتائج استعمالها كلما كان ذلك ممكنا، وأن يجري المانح عن المستفيد تحريات وعن نشاطه التجاري وعن مركزه المالي قبل الدخول معه في المفاوضات .

ه- وهناك أخيراً من الضمانات المقترحة في هذا الشأن طلب كفالة مالية من المستفيد لضمان المحافظة على السرية، على أن يخصم مبلغ الكفالة من الثمن بعد إبرام العقد. وتتمثل

---

[1] - الخيار الاستراتيجي في تسويق التكنولوجيا" رأي الدول النامية-" المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية-منظمة التربية والعلوم والثقافة- باريس -١٩٣٧- مجلد ١٥– ص ٤١٠

[2] - محمود الكيلاني- جزاء إلا خلال في تنفيذ العقود الدولية لنقل التكنولوجي ا-رسالة دكتوراه- جامعة القاهرة -١٩٨٨- ص ١٩٠

[3] - محسن شفيق-المرجع السابق -ص ٦٣

هذه الضمانة في الحالة التي لا يكون فيها هناك تعامل سابق للمانح مع المستفيد أو إذا كانت الثقة منعدمة بينهما. وفي هذه الضمانة يتوجب على المستفيد أن يحتاط للأمر، فقد يدفع مبلغ الكفالة ومع ذلك تفشل المفاوضات ولا يبرم العقد المزمع إبرامه لأي سبب غير إفشاء السرية، ثم يمتنع المانح عن رد مبلغ الكفالة أو يساوم فيه متعللا بأي سبب والحيطة الواجب توخيها في هذه الحالة تتمثل في عدم تسرع المستفيد في تقديم مبلغ الكفالة إلا إذا كان مطمئنا المانح والى أمانته ومتانة مركزه المالي. كما ويجب عليه بداهة أن يرفض شرط الكفالة إذا كان مبلغها مبالغا فيه.

أما إذا رضي بالشرط، فيجب أن يشتمل على تعهد يقضي برد مبلغ الكفالة في موعد محدد بعد فشل المفاوضات وعدم إبرام العقد[1].

لا شك أن من شأن هذه الضمانات أن تنفر المستفيد عن التعاقد خاصة إذا ما ساوره شك في سلوك المانح ، أو في مستوى المنفعة التي سيجنيها من وراءها، ومن شان هذه الضمانات أن تلحق بالمستفيد أضرارا بالغة خاصة في حالة قطع المفاوضات[2].

وهنالك فرق جوهري بين واجب المحافظة على السرية في المرحلتين، فهو في مرحلة المفوضة مجرد التزام أخلاقي ترعاه فقط قواعد المسؤولية المدنية، إلا إذا أفرغ في تعهد مكتوب كما بينا، بينما هو في مرحلة التعاقد التزام عقدي يترتب على الإخلال به تعرض العقد للفسخ والحكم على المستورد بالتعويض[3].

وأخيراً يتوجب على المستفيد عدم إفشاء الأسرار للغير عن المعرفة المتعلقة بالعلامة التجارية محل العقد، إلا إذا اتفق على خلاف ذلك. ويأتي هذا الالتزام تبعا للالتزام بالمحافظة على السرية.

ثالثا الالتزام الاستغلال وبالكفاءة : ينشئ عقد الامتياز للمستفيد حقا في استغلال حقوق المعرفة الفنية الخاصة بالعلامة التجارية ، في الحدود التي يضعها العقد . ويعتبر الاستغلال حقا للمستفيد والتزاما عليه في ذات الوقت ، لأن المانح يكون له مصلحة في الاستغلال على اعتبار أن المقابل الذي يتقاضاه من المستفيد يتوقف عادة على رقم الأعمال أو حجم إنتاج المشروع المتعلق بالعلامة التجارية موضوع عقد الامتياز بالاستغلال .

ومن الغنى عن البيان أنه إذا تضمن عقد الامتياز براءة اختراع فإن لمالك البراءة مصلحة مؤكدة في قيام المستفيد باستغلالها، لأن معظم التشريعات تلزم مالك البراءة بالاستغلال وإلا تعرض لجزاء منح ترخيص إجباري للغير. وإذا تضمن عقد الامتياز علامة تجارية فمن مصلحة مالك العلامة أن يقوم المستفيد باستعمالها حتى تزداد شهرة العلامة وترتفع قيمتها ، وفضلا على ذلك فإن ترك العلامة بدون استعمالها يعرض صاحبها لجزاء السقوط بسبب عدم الاستعمال .

يتضمن عقد الامتياز مفهوما خاصا بالكفاءة ، يستند إلى الاعتبار الشخصي الذي يعول عليه كل طرف في الآخر . وإذا كانت غاية هذا العقد هي تحقيق الربح شأنه في ذلك شأن

---

[1] - محسن شفيق ، المرجع السابق -ص٦٣
[2] - مرجع سابق ص٦٤ .
[3] - محسن شفيق ، مرجع سابق ص٨٦.

سائر المشروعات التجارية الأخرى، ولكن الوصول لهذه الغاية يتحقق لدى كل طرف بمظهر مختلف، فالمانح يحقق غايته إذا ما انتشرت معرفته الفنية المعبرة عن تميزه التكنولوجي، أما المستفيد فيحققها بالاستناد لهذا العقد الذي أتاح له فرصة استغلالها .

ولا يقتصر التمكن التكنولوجي للمانح على مضمون التقنيات الفنية للتصنيع أو التوزيع أو الخدمات المتعلقة بالعلامة ، وإنما يمتد لدراسة سوق المستفيد ومحيطه الثقافي والاجتماعي والمقومات الأخرى اللازمة لاستيعاب النشاط محل العقد .

كما وإن تحديد الكفاءة اللازمة لاستيعاب النشاط المتعلق بالعلامة محل العقد، سواء كان محددا بدقة في العقد، أو أغفل تحديده، يظل التزاما قائما على عاتق المستفيد وهو في حالة التحديد يكون معيارا شخصيا، وفي حالة الإغفال يكون موضوعيا[١]، ويتمثل الالتزام بالكفاءة عند بوضوح في الحالة التي تتضمن فيها عناصر المعرفة الفنية محل العقد، علامة تجارية للمانح ويسمح العقد للطرف الآخر أو يلزمه بوضعها على الإنتاج، وكذلك في الحالة التي يتفق فيها على وضع بيان على الإنتاج يفيد بأنه بالتطبيق لتكنولوجيا المانح التي قام بنقلها للمستفيد.

ففي مثل هذه الحالات يكون للمانح مصلحة ظاهرة في تحقق الالتزام بالكفاءة وكذلك المحافظة على جودة الإنتاج، صونا لسمعته التجارية[٢] ووصولا لهذه الغاية يستوجب الأمر خضوع المستفيد لرقابة المانح، تلك الرقابة التي تسعى إلى إقامة مستوى متقارب للجودة بين أطراف هذا العقد أو الشبكة، أما التطابق فيبدو عسيرا بسبب العوامل الاجتماعية والاقتصادية المختلفة من بلد لآخر[٣] والجودة مطلب يتطلع إليه المستهلك دائما في كل منشأة تحمل العلامة التجارية للمعرفة محل العقد، دون تمييز لهويتها مرخصة أو مرخصة لها، ومن هنا يفترض وحدة درجة الجودة أو تقاربها في مواجهة المستهلك النهائي، ومن هنا أيضا يلتزم المانح بتأمين مستوى عام للجودة ينشئ له حقا في الرقابة، وهو في ذات الوقت واجبا عليه في مواجهة المستهلك .

والالتزام بالرقابة يفرض واجبا مشتركا على عاتق طرفي العقد، فالمستفيد ملتزم باحترام مستوى الجودة في مواجهة مستهلكيه[٤] ، بينما يلتزم المانح برقابة صارمة تكفل حماية المعرفة الفنية محل العقد[٥] ويلقي الالتزام بالجودة والكفاءة عبئا ثقيلا على عاتق المستفيد، لا ينبغي أن يقبله إلا إذا أنس في نفسه القدرة على تحقيقه، وإلا فإنه يعطي المانح الحق عند وجود أية مخالفة، في طلب الفسخ، أو مصادرة السلعة التي تحمل العلامة، أو تطبيق الشرط الجزائي إن وجد[٦].

ولتحقيق هذا الالتزام يتوجب على المستفيد، أن يستعين بعاملين على قدر من الكفاءة الفنية اللازمة لتشغيل التكنولوجيا محل العقد، كذلك عليه كلما احتاج الأمر أن يستعين بخبراء متخصصين في هذا المجال.

---

١ - محمد محسن إبراهيم النجار -المرجع السابق-ص ٤٦ وما بعدها
٢ - محسن شفيق-المرجع السابق -ص ٨٨
٣ - أحمد محمد محرز – الحق في المنافسة المشروعة ومجالات النشاط الاقتصادي-ط ١٩٩٤ – ص١٢١-١٢٥
٤ -حسام الدين الصغير مرجع سابق -ص ١٠١
٥ - .محمد محسن إبراهيم النجار -المرجع السابق-ص ٢٤٠ وما بعدها .
٦ - محسن شفيق-المرجع السابق -ص ٨٨ وما بعدها.

المبحث الثاني
الآثار المترتبة على الإخلال بأحكام تنفيذ عقد الامتياز

ولقد قسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب حيث تحدث المطلب الأول عن مسؤولية مانح الامتياز عن أعمال المستفيد والمطلب الثاني تكلم عن النتيجة المترتبة على الإخلال بأحكام تنفيذ عقد الامتياز وهو فسخ العقد وأخير تعرض المطلب الثالث إلى موضوع التعويض .

المطلب الأول مسؤولية مانح الامتياز عن أعمال المستفيد:

قد يصاب الغير بضرر من جراء شرائه سلعة أو تلقيه خدمة من المستفيد ، فهل يستطيع الغير (المستهلك) أن يرجع على مانح الامتياز إذا كان هذا الغير معتقدا أنه يتعامل أو يتعاقد مع مانح الامتياز؟ ولتوضيح هذه المشكلة وبيان حلها يجب ابتداء أن نحدد طبيعة العلاقة التي تربط المانح بالمستفيد في الفرع الأول ، ثم نبين صور تحديد العلاقة بين المانح والمستفيد في الفرع الثاني من هذا المطلب .

الفرع الأول طبيعة العلاقة بين مانح الامتياز والمستفيد:

كما بينت الدراسة سابقا ، إن جوهر عقد الامتياز هو عنصر السيطرة والرقابة التي يمارسها مانح الامتياز على أعمال المستفيد . وهدف هذه السيطرة والرقابة هو تحقيق وتوفير شكل موحد وثابت لشبكة الامتياز، وكذلك ضمان جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة، والتي يسعى المانح إليها، ذلك أن هذه الجودة مرتبطة ارتباطا وثيقا بالعلامة التجارية أو بالسمعة التجارية للمشروع ، وبحيث تظهر شبكة الامتياز للمستهلك وللجمهور مثل كيان قانوني واحد. أيّ أن هؤلاء يظنون أنهم يتعاملون مع المانح . وهو فعلا ما يرمي إليه مانح الامتياز من خلال منح الامتياز باستعمال العلامة التجارية، وذلك بأن يجعل هذا الانطباع موجودا دائما عند الجمهور ، أيضا ما يميز عقد الامتياز التجاري التزام المانح بتقديم المعرفة الفنية للمستفيد.

ولعل هذه الصفات هي التي تميز هذا العقد وتضفي عليه طبيعة خاصة، هذه الطبيعة الخاصة هي التي تميز علاقة المانح بالمستفيد. ومن هنا يبرز التساؤل عن ماهية العلاقة التي تربط المانح بالمستفيد ؟

إن الإجابة عن هذا السؤال يجب أن تقترن كذلك بتحديد مضمون العقد المبرم بين مانح الامتياز والمستفيد، والشروط المتفق عليها في هذا العقد من الناحية العملية. فقد ينص صراحة في عقد الامتياز على أن المانح غير مسئول عن أعمال المستفيد . غير أن هذا النص وإعمالا للأثر النسبي للعقود، يفترض أن أثره يقتصر على علاقة المانح بالمستفيد.

أما بالنسبة للغير الذي يتعامل مع المستفيد (أيّ الجمهور في هذا الفرض) فيثور التساؤل عن مدى إمكان الاحتجاج بهذا الشرط في مواجهته؟ أيّ إذا قام المستهلك بشراء منتج معين ظنا أنه يبرم العقد مع المانح، وتبين له بعد ذلك أن العقد قد ابرم مع المستفيد. فهل يستطيع هذا المستهلك أن يدفع بعدم سريان مثل هذا الشرط في مواجهته على اعتبار أنه يتعامل مع منتج أو خدمة ذات سمعة عالمية. ومن ثم يستطيع أن يرجع على المانح؟.

كما ذكر في البداية أن جل اهتمام المانح في عقد الامتياز التجاري أن تظهر أعمال المستفيد أمام الجمهور وكأنها صادرة منه هو. والسبب في ذلك هو حرص المانح على السمعة التجارية للعلامة التجارية أو المشروع محل الامتياز ، بذلك يكون المانح بفعله هو وباختياره هذا الأسلوب للتسويق قد خلق لدى الجمهور الانطباع بان التعامل يتم معه. والمانح يريد فعلا أن يصل إلى هذه النتيجة إيمانا منه بان السمعة التجارية للمشروع الممنوح الامتياز فيه سوف تزدهر أو تنتعش بإيجاد هذا الانطباع لدى الناس كافة ، فإذا لحق المستهلك ضرر من جراء استعمال المنتج، سواء أكان الضرر ماديا أم جسمانيا وسواء أكان مصدره عيبا خفيا في المنتج أم كان يرجع إلى طريقة استعماله المنتج. وبخاصة إذا لم يكن هناك تحذير من سوء الاستعمال، فهل يسأل المانح في هذه الحالة في مواجهة المضرور مباشرة؟.

لقد واجه القضاء الأمريكي هذه المشكلة واضعا نصب عينيه مصلحة الجمهور الذي قد يتضرر من أعمال المستفيد . فذهب ابتداء إلى القول بمسؤولية المانح عن أعمال المستفيد، على أساس مسؤولية المتبوع عن فعل تابعه[١] ، أو المسؤولية الناشئة عن عقد الوكالة الظاهرة [٢]، وتقوم هذه المسؤولية على فكرة مفادها انه طالما أن المستفيد يعد مثل وكيل عن المانح باعتبار أن جل اهتمام المانح هو أن تظهر شبكة الامتياز أمام الجمهور وكأنها صادرة من شخص قانوني واحد ، وحماية للغير حسن النية، الذي كان يعتقد عند إبرام العقد انه يبرمه مع المانح، وذلك لقيام مظهر خارجي غير منسوب إلى فعل صادر منه، فان آثار هذا العقد تنصرف إلى الأصيل، أيّ المانح في هذا الفرض. فالقضاء الأمريكي يقيم المسؤولية في هذه الحالة في مواجهة المانح مباشرة، على اعتبار أن الجمهور يعول على انه يتعامل مع المانح.

بمعنى أخر فان القضاء الأمريكي قد قرر مسؤولية المانح عن أعمال المستفيد إعمالا لفكرة الوكالة الظاهرة المعروفة في فقه النظام اللاتيني. وجوهر هذه الفكرة التي يعتنقها هذا القضاء أن المسؤولية تستند في هذه الحالة إلى ما يدور في خلد الغير الذي يعتقد انه يتعاقد مع المانح.

فان كان هذا المعيار هو معيار التوقع ، أيّ توقع العميل بأنه يتعاقد مع المانح، فانه من العدالة أن نحمي هذا الغير، وذلك بتنشيط أحكام الوكالة الظاهرة[٣] أيّ أن المعول عليه أمام قضاء محاكم الولايات المتحدة هو الانطباع الذي خلق في ذهن المتعاقد "الغير" انه يتعامل مع المانح، وهذا الانطباع هو الذي له الثقل الأكبر في تقرير مثل هذا الحكم وتجدر الإشارة إلى أن مسألة خلق هذا الانطباع لدى الجمهور مسألة واقع يستطيع أن يصل إليها القاضي على ضوء الواقعة المعروضة أمامه .

---

[١] - إبراهيم أبو الليل – المسؤولية المدنية بين التقيد والإطلاق، دراسة تحليلية للأنظمة القانونية المعاصرة (اللاتينية – الإسلامية – الانجلوامريكية) – دار النهضة العربية – من دون سنة نشر – ص٢٩١.

[٢] - هذه النظرية تبناها القضاء والفقه حفاظا على استقرار المعاملات، ولو انه خرج بذلك على المنطق القانوني، ألا أن أكثر التشريعات الحديثة قد وضعت لهذه النظرية سندا تشريعيا في بعض تطبيقاتها المهمة ، الأصل أن الوكيل عندما يبرم التصرف القانوني، فان أثار هذا التصرف تنصرف إلى الموكل (الأصيل). كما أن الوكيل إذا عمل دون نيابة، فان اثر التصرف الذي يعقده مع الغير لا ينصرف إلى الموكل ما لم يجزه، حتى لو كان هذا الغير حسن النية يعتقد أن الوكيل يعمل في حدود وكالته. فالأمر لا يقتصر على حسن النية فقط ، ولكن هناك حالات يتم فيها دعم حسن النية بمظهر خارجي منسوب إلى الموكل، ويكون من شأن هذا المظهر ان يدفع الغير إلى الوهم الذي وقع فيه، ومن ثم إبرام العقد. ففي هذه الحالات فان هذا الغير – حسن النية – يكون هو الأولى بالرعاية والحماية من الموكل، الذي خلق هذا المظهر الخارجي فأوقع الغير في الوهم. عندئذ يضفي القانون حمايته على الغير دون الموكل. وينصرف اثر التصرف الذي عقده الوكيل مع الغير إلى الموكل لا بمقتضى وكالة حقيقية، فهي غير موجودة في الواقع، وإنما بمقتضى وكالة ظاهرة ، انظر عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني- العقود الواردة على العمل – المقاولة والوكالة والوديعة والحراسة – دار احياء التراث العربي- بيروت – لبنان – ١٩٦٤ – ص٦٠١.

[٣] - John Adam, Prichard Jones op. cit p.33.

و في النظام اللاتيني : ان مسؤولية المانح تجاه الغير عن أعمال المستفيد تقوم على أساس نظرية الوكالة الظاهرة، ما دامت العلاقة بين المانح والمستفيد، هي علاقة الوكيل بالموكل، أيّ علاقة وكالة عادية ينظمها القانون المدني، وان الموكل في هذا الفرض قد أجاز للوكيل (المستفيد) تصريف منتجاته أو تقديم خدماته للجمهور باسم موكله ، كما قد يقوم بين المانح والمستفيد عقد توزيع. وبناء عليه فان المانح قد يكون وكيلا بالعمولة أو وسيطا تجاريا أو موزعا، أيّ يربط بينهما عقد توزيع[1] .

وعليه، فانه حماية للغير أو الجمهور الذي تعامل مع المستفيد ظنا أو معتقدا بأنه يتعامل مع المانح فان هذا الغير يستحق الرعاية والحماية، وذلك بتنشيط أحكام الوكالة الظاهرة، أما الأساس الذي يعتنقه هذا البحث تبريرا لهذه الوكالة الظاهرة فهو الرأي القائل بان أساس المسؤولية يكمن في وجود المظهر الخارجي الذي انخدع به الغير، والذي أسهم به المانح عندما سمح للمستفيد باستخدام علامته التجارية لتوسيع دائرة مشروعه التجاري، هو المنطق القانوني الذي يبرر تقرير مسؤولية المانح عن أعمال المستفيد، وذلك في مواجهة الغير والجمهور.

غير أن مساءلة المانح عن أعمال المستفيد استنادا إلى أحكام الوكالة الظاهرة يفترض عدم تحديد العلاقة بين المانح والمستفيد، فقد يكون من مصلحة المانح والمستفيد أن يتم تحديد العلاقة القانونية بينهما، وذلك بتبني احد عقود الوكالة التجارية التي تكون قد نظمت تشريعيا مع إضافة بعض الشروط إليه لتشكل في النهاية عقد الامتياز التجاري المعروف تجاريا. ويلجأ المتعاقدون إلى هذه الطريقة بصفة خاصة في الدول التي لم تنظم هذا العقد تشريعيا.

الفرع الثاني صور تحديد العلاقة بين المانح والمستفيد:

في الغالب الاعم ان يتم تحديد العلاقة بين المانح والمستفيد ، وذلك بتبني احدى صور الوكالات التجارية المعروفة والمنظمة تشريعيا. وهذه الصور قد تكون عقد الوكالة بالعمولة أو على أن يتم تحديد العلاقة بينهما، بحيث يكون الأول وكيلا بالعمولة لدى الأخير، أيّ أن الفيصل في تحديد العلاقة بينهما هو عقد الوكالة بالعمولة. وبمقتضى هذا العقد يلتزم الوكيل (المستفيد) بان يقوم بإبرام تصرف قانوني باسمه لحساب الموكل (المانح) في مقابل اجر[2]. فالوكالة بالعمولة عمل من أعمال التوسط، إذ يتوسط الوكيل بالعمولة بين طرفين كالمنتج والموزع أو البائع والمشتري أو الناقل والشاحن. فيقوم الوكيل بإبرام العقد مع الغير باسمه الشخصي ولكن لحساب موكله، مما يؤدي إلى تداول المنتجات والبضائع والثروات وزيادة حركتها خلال رحلتها من المنتج الأول إلى المستهلك الأخير، فهو يقدم خدمة جليلة إلى التجار ولا سيما في مجتمع التجارة الدولية[3].

فمع هذا العقد تنصرف اثار الأعمال التي يقوم بها الوكيل بالعمولة إليه شخصيا وليس إلى الموكل[4] (المانح في الفرض محل الدراسة)، وذلك بخلاف الوكالة العادية. فالوكيل بالعمولة (المستفيد) هو الذي يصبح دائنا أو مدينا للغير الذي تعاقد معه باسمه الشخصي، وكأنه قد أجرى التصرف لحسابه الخاص. إلا أن الوكيل بالعمولة يلتزم – وبمقتضى عقد

---

[1] - James Brickley and Fredrick Dark, 'the economic effects of franchise termination law, Journal of law & Economic, VO l x x x lv April (1991).

[2] - المادة ٨٧ من قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

[3] - حسني المصري، حسني المصري، العقود التجارية في القانون الكويتي المقارن- مكتبة الصفار ١٩٨٩ ، ص ١٩١.

[4] - المادة ٨٨/١ من قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.

الوكالة بالعمولة ذاتها – بنقل آثار التصرف الذي يجريه إلى الموكل، وذلك بمقتضى عقد مستقل عن العقود التي يبرمها الوكيل بالعمولة مع الغير[1]، وهذا يعني استقلال عقد الوكالة بالعمولة عن العقود التي يبرمها الوكيل بالعمولة مع الغير. لذلك فان الوكيل بالعمولة يستقل عن الموكل في مباشرة نشاطه، ويتمتع كذلك بحرية تنظيم هذا النشاط[2].

وبناء على ما سبق فان تقرير مسؤولية المستفيد (الوكيل بالعمولة) في مواجهة الغير إذا ما أصيب الأخير بضرر لا يحتاج إلى كثير من العناء ذلك أن الغير قد ابرم العقد مع المستفيد وليس المانح (الموكل)، فقد سبق لنا أن بينا أن الوكيل بالعمولة (المستفيد) يبرم التصرف باسمه الشخصي، ثم يقوم بعد ذلك بنقل أثار هذا العقد باتفاق وعقد أخر مستقل للمانح (الموكل)، وذلك في العلاقة بين الأخير والوكيل بالعمولة، وهذا يعني أن المانح (الموكل) في علاقته بالغير (العميل) يعد أجنبيا تماما، فهو ليس طرفا في العقد الذي ابرمه مع المستفيد، وما ذلك إلا تطبيق لمبدأ الأثر النسبي للعقود[3].

نخلص مما سبق إلى أن المستفيد (الوكيل بالعمولة) هو الذي يسأل عن عدم تنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد المبرم بينه وبين العميل، ومنها التزامه بتعويض الأخير عن أيّ ضرر يصيبه من جراء هذا العقد، فإذا اشترى العميل سلعة تحمل علامة تجارية للمانح (الموكل) من الوكيل بالعمولة (المستفيد) وسببت له ضررا أو كان بها عيب خفي، أو إذا قدم المستفيد خدمات المانح للعميل وأصيب الأخير بضرر فان المستفيد هو الذي يسأل في هذه الفروض.

والسبب في تحميل الوكيل بالعمولة (المستفيد) بهذه الالتزامات، ومنها مسؤوليته عن تعويض الضرر، يرجع إلى طبيعة عقد الوكالة بالعمولة التي يلزم الوكيل بالتعامل مع الغير باسمه، بحيث تنصرف اثار العقود التي يبرمها إليه مباشرة، ثم يقوم بنقل هذه الآثار إلى المانح (الموكل)، وذلك في عقد مستقل.

ولكن، ما الحكم إذا كان العميل وهو يبرم العقد مع الوكيل بالعمولة (المستفيد) يعتقد بأنه يبرم العقد مع المانح (الموكل)، محتجا بان سبب اعتقاده هذا مبني على استخدام المستفيد العلامة التجارية للمشروع محل عقد الامتياز، وان هناك إشارات وشواهد جعلته يظن ذلك؟.

---

[1] - حسني المصري – المرجع السابق، ص ١٩٣.

[2] - ولئن كانت الوكالة بالعمولة تقترب من الوكالة العادية من حيث ان الوكيل في الحالتين يتعاقد مع الغير لحساب موكله، غير انهما يختلفان في ثلاث مسائل، هي: ١- ان الوكيل العادي يتعاقد مع الغير باسم موكله ولحسابه، في حين ان الوكيل بالعمولة يتعاقد باسمه الشخصي ولكن لحساب موكله. ٢- ان الوكيل العادي لا يستحق اجرا على وكالته الا إذا اتفق على غير ذلك، لان الوكالة تبرعية بحسب الاصل في حين يستحق الوكيل بالعمولة دائما اجرا عن وكالته سواء تقرر هذا الاجر باتفاق وبمقتضى حكم قضائي .

[3]- جابر محجوب علي – خدمة ما بعد البيع في بيوع المنقولات الجديدة – دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانونين المصري والكويتي- مطبوعات جامعة الكويت- ١٩٩٥ – ص٢٠٠، ٢٠١.

يقول د. جابر في مؤلفه: " عندما تباع السلعة بواسطة الوكيل بالعمولة، فان هذا الاخير يكون في مواجهة المشتري دائنا بكل الحقوق التي يرتبها البيع لمصلحة البائع، ومدينا في الوقت ذاته بجميع الالتزامات التي ينشئها البيع على عاتق هذا الاخير، ومن بينها الالتزام باداء خدمة ما بعد البيع عندما يقوم الحق فيها.

اما عن الموكل فهو يعد اجنبيا تماما عن المشتري، فهو ليس طرفاً في عقد البيع الذي تم بين هذا الاخير والوكيل، لان الوكيل ابرم العقد باسمه الشخصي لا باسم الموكل، وتبعا لذلك لا يكون الموكل مدينا للمشتري بالالتزامات الناشة عن البيع، ومنها الالتزام باداء الخدمة.

فالامور في الوكالة بالعمولة تبدو واضحة تماما. فالوكيل يبرم العقد ويسال عن تنفيذ الالتزامات المترتبة عليه، فان تقاعس في تنفيذ خدمة ما بعد البيع أو اداها بشكل غير سليم كان من حق المشتري ان يطلب فسخ البيع أو التعويض على اساس اخلال البائع (الوكيل) بالتزاماته. ولكن ليس للمشتري أيّ رجوع ضد الموكل (المنتج أو تاجر الجملة) لعدم وجود علاقة تربط بينهما".

ففي هذا الفرض يستطيع العميل أن يدفع بأنه قد عول على الشواهد والشواهد (استخدام العلامة التجارية للمشروع محل عقد الامتياز)، عندئذ يمكن – حماية للعميل حسن النية – إعمال إحكام الوكالة الظاهرة كما سبق البيان.

المستفيد وسيط التجاري : وقد يتفق المانح والمستفيد على أن يحكم العلاقة القانونية بينهما عقد الوساطة التجارية. و السبب في ذلك قد يعود إلى رغبتهما في استقرار مراكزهما القانونية من خلال عقد قد تم تنظيمه تشريعيا.
الوساطة التجارية :" قيام شخص بالوساطة بين طرفين لعقد العقود أو تسهيل عقد المعاملات التجارية وما يتفرغ عنها لقاء اجر دون تحمل تبعتها"[١] .

الوسيط التجاري:"الشخص الذي يقوم بأعمال الوساطة التجارية بين طرفين احدهما منتج أو موزع أو مصدر مسجل خارج المملكة لقاء مقابل من اجل إبرام عقد أو تسهيل إبرامه في المعاملات التجارية دون أن يكون طرفا في هذا العقد أو تابعا لأي من طرفيه"[٢].

ولعل هذا التعريف يثير لأول وهلة أننا بصدد وكالة عادية، حيث أن مهمة الوسيط التجاري تقتصر على نقل أثار العقد للموكل. فالمادة ٨٣٣ من القانون المدني الأردني تعرف عقد الوكالة بأنه "[٣] عقد يقيم الموكل بمقتضاه شخصا أخر مقام نفسه في تصرف جائز معلوم. ". إلا أن عقد الوساطة التجارية يختلف عن عقد الوكالة العادية من ثلاثة أوجه:

١- إن الوساطة التجارية غالبا تتعلق بأعمال تجارية، في حين أن الوكالة العادية تتعلق بأعمال مدنية غالبا.

٢- ان الوسيط التجاري يستحق اجرا مقابل الخدمة التي يؤديها ما لم يتفق على غير ذلك[٤]، بينما الأصل في الوكالة العادية انها تبرعية ما لم يتفق على خلاف ذلك[٥].

٣- ولعل أهم ما يميز الوساطة التجارية عن الوكالة العادية انه في الوكالة العادية وفي غالب الأحيان يبرم العقد لمصلحة الموكل، في حين انه في الوساطة التجارية تبرم للمصلحة المشتركة للطرفين[٦].

ويتمثل دور الوسيط التجاري في إحدى صورتين:
الصورة الأولى: عندما يقتصر دوره في البحث عن العملاء وتحفيزهم على التعاقد مع الموكل دون التدخل في إبرام العقد ، وفي هذه الصورة، فان العقد يتم بين الموكل والعميل مباشرة دون أن يكون للوسيط التجاري أيّ دور فيه، أيّ أن تكون مهمته قاصرة على تلقي العروض وإرسالها إلى الموكل الذي يمثله، فيتم التعاقد بين هذا الأخير وبين العميل مباشرة.

الصورة الثانية: وفيها لا يقتصر دور الوسيط التجاري على مجرد تقريب العميل من الموكل، وإنما يتعدى ذلك إلى وجوب إبرام العقد[٧]. ويلاحظ في هذه الحالة أن الوسيط التجاري

---

[١] - المادة ٢ قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردنيين رقم ٢٨ لسنة ٢٠٠١
[٢] - المادة ٢ من قانون قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردنيين
[٣] - المادة ٨٣٣ من القانون المدني الاردني
[٤] - المادة الثانية من قانون الوكلاء والوسطاء الاردني
[٥] - المادة ١/٨٤١ القانون المدني الأردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦
[٦]- المادة ٢ من قانون الوكلاء والوسطاء الاردني
[٧] - جابر محجوب علي – المرجع السابق – ص٢٠٢.

التجاري عند إبرام العقد مع العميل لحساب الموكل إنما يفعل ذلك باسم الموكل لا باسمه الشخصي – شانه في ذلك شأن الوكيل العادي[1].

وفي كلتا الصورتين، فان اثار العقد تنصرف مباشرة إلى الموكل لا إلى الوكيل. فالعلاقات الناشئة عن العقد تقوم بين الموكل والعميل مباشرة. أيّ انه في الفرض محل الدراسة فان العميل يستطيع إن يطالب المانح، أيّ الموكل بتنفيذ جميع الالتزامات الناشة عن العقد. ومن ثم فإذا أصيب العميل بضرر من جراء شراء سلعة معينة أو استفادته من خدمات تحمل العلامة التجارية للمانح (الموكل) على النحو السابق بيانه – أيّ باسلوب عقد الامتياز التجاري – فان هذا العميل يستطيع ان يرجع على المانح طبقا لاحكام المسؤولية العقدية. حيث ان العقد قد ابرم بين العميل والمستفيد (الموكل).

شرط ضمان التنفيذ : الا ان المسألة من الناحية العملية ليست بهذه السهولة بالنسبة للعميل. ذلك ان المانح (الموكل) وفي هذه النوعية من الوكالات التجارية عادة ما يتفق مع المستفيد (الوكيل)، على ضمان التنفيذ، وخصوصا عندما تقوم الوكالة بين المنتج أو التاجر الموجود في الخارج وبين الوسيط التجاري في الداخل. ولشرط ضمان التنفيذ مفهومان. فمقتضى هذا الشرط بمفهومه الضيق، ان يضمن الوكيل (المستفيد) تنفيذ الالتزامات المفروضة على عاتق العميل، وخصوصا في الحالة التي يخل فيها الاخير باحكام العقد المبرم بينه وبين الموكل (المانح)[2]. وقد يتم الاتفاق على هذا الشرط – أيّ شرط ضمان التنفيذ- بمضمون اوسع، لا يقتصر على ضمان الوكيل بتنفيذ العميل لالتزاماته، وانما يشمل بالاضافة إلى ذلك، ضمان الوكيل (المستفيد) حسن تنفيذه هو للعقد في مواجهة العميل. والشرط بهذا المعنى الواسع، هو ما يحرص عليه المانح (الموكل) اشد الحرص في عقد الامتياز التجاري. ذلك ان جوهر عقد الامتياز كما قدمنا بالنسبة للمانح (الموكل)، ان تقدم السلع والخدمات من قبل الوكيل (المستفيد) للعميل بصورة تحوز على رضاء الاخير، وبما يظهر السمعة التجارية للسلع والخدمات التي تحمل العلامة التجارية محل الامتياز. وعادة ما يقبل المستفيد (الوكيل) شرط ضمان التنفيذ مقابل زيادة في الاجر (العمولة) المتفق عليها. فيكون الوكيل بذلك مستفيدا من هذا الشرط، ولكنه يتحمل في المقابل تبعة عدم تنفيذ العميل لالتزاماته، ومقابل ضمان المستفيد(الوكيل) للموكل حسن تنفيذ الاول للعقد في مواجهة العميل ، ومثال عدم تنفيذ العميل لالتزاماته امتناعه عن سداد ثمن سلعة اشتراها من الموكل (المانح) بوساطة وكيل العقود (المستفيد) بمقتضى عقد ابرم – كم سبق ان بينا – بين العميل والموكل.

فوجود شرط الضمان في عقد الوكالة التجارية يلزم الوكيل التجاري بتسديد الثمن للموكل تعويضا له عن عدم قيام العميل بتنفيذ التزامه. وفي هذه الحالة ليس امام الوكيل أيّ المستفيد في الفرض محل الدراسة- الا ان يرجع على العميل، مستندا في ذلك إلى ما يتضمنه عقد الوكالة التجارية المبرم بينه وبين الموكل (المانح) من حوالة حقوق هذا الاخير تجاه العميل إلى الوكيل.

فاذا لم يتم الاتفاق على حوالة الحق، في عقد الوكالة التجارية بين المانح والمستفيد ، فيستطيع وكيل العقود (المستفيد) ان يرجع على العميل تطبيقا لاحكام الحلول القضائي، التي يمقتضاها يحل الموفي بدين الغير محل الدائن الذي استوفى حق طالما كان الموفي ملزما

[1]- جابر محجوب علي - المرجع السابق – ٢٠٢.
[2]- فايز نعيم رضوان -العقود التجارية وعمليات المصارف وفقا لمشروع قانون التجارة الاتحادي لدولة الامارات العربية المتحدة – ١٩٩٠ – ص ١٤٩.

بالدين مع المدين أو ملزما بوفائه عنه، ويتم الحلول في هذه الحالة بقوة القانون[١]. كل هذا في الفرض الذي يخل فيه العميل بالالتزامات المفروضة عليه في العقد.

لكن ماذا يكون الحكم في الفرض الذي ينشيء فيه العقد التزاما على عاتق الموكل (المانح) لصالح العميل، ويقوم الأول بالإخلال بالالتزام المفروض عليه ؟ وهذا ما يتحقق في حالة قيام العميل بشراء سلعة معيبة أو تضرر من سلعة معيبة أو خدمات مقدمة من المستفيد (الوكيل). فهل يستطيع العميل في هذا الحالة ان يرجع على المانح (الموكل) على الرغم من بعد الشقة بينهما، أيّ بين الموكل (المانح) والعميل. ذهب بعض الفقه ونحن نؤيده في ذلك إلى انه في هذه الحالة تنشأ علاقة مباشرة بين وكيل العقود (المستفيد) والعميل[٢].

ولكن كيف تنشأ هذه العلاقة المباشرة؟ وما اثر هذه العلاقة؟. لعل افضل تكييف قانوني يمكن تبنيه في هذا الفرض، وذلك حماية لمصلحة العميل، هو نظرية الاشتراط لمصلحة الغير[٣]. ومقتضى تبني هذه النظرية ان يكون امام العميل مدينان للحصول على تعويض عن الضرر الذي اصابه إذا ما اشترى سلعة أو حصل على خدمة مقدمة من المستفيد بالكيفية التي يكون عليها عقد الامتياز التجاري. وهذان المدينان هما المانح (الموكل) والمستفيد(الوكيل).

فيستطيع العميل ان يرجع على الموكل (المانح) تطبيقا لاحكام العقد المبرم بينهما. كما انه يستطيع ان يرجع على المستفيد (الوكيل) تطبيقا لنظرية الاشتراط لمصلحة الغير. ذلك ان المستفيد (الوكيل) وبمقتضى شرط الضمان قد ارتضى مختارا ان يضمن تنفيذ التزام العميل في مواجهة الموكل. كما انه ارتضى مختارا ان يقوم بحسن تنفيذ العقد في مواجهة العميل. ولعل هذا هو جوهر نظرية الاشتراط لمصلحة الغير. فيصبح المستفيد (الوكيل في حكم المشترط. والموكل (المانح) في حكم المتعهد، والعميل في حكم المنتفع.

وعليه فانه في الفرض الذي نكون فيه بصدد عقد الوساطة التجارية مع شرط الضمان، فان العميل سوف يطالب اولا الوسيط التجاري (المستفيد) تأسيسا على نظرية الاشتراط لمصلحة الغير وخصوصا في حالة قرب موقع المستفيد من موقع العميل. وذلك إذا ما اصيب الاخير بضرر من جراء العقد المبرم بينه وبين المانح (الموكل).

فاذا امتنع الوكيل(الوسيط التجاري) عن تعويض العميل عن هذا الضرر جاز للعميل ان يرجع بالتعويض على الوسيط التجاري وعلى المانح (الموكل) في الوقت ذاته، لان عدم الوفاء بالالتزام يكون في هذه الحالة ثابتا في حق كل منهما[٤]. وبما اننا امام مسألة تجارية فان التضامن بين المانح (الموكل) والمستفيد (الوكيل) يكون مفترضا في الوفاء بالتعويضات المحكوم بها لصالح العميل.

المستفيد موزع: وهذه الحالة التي قد تمثل العلاقة القانونية بين المانح والمستفيد ، فهي الحالة التي يكون فيها الاخير موزعا للأول. قد يقوم تاجر الجملة أو المنتج بالاستعانة بعدد

---

[١] - المادة ١١٠٥ من القانون المدني الاردني.

[٢] - جابر محجوب علي- المرجع السابق، ص ٢٠٢.

[٣] - جابر محجوب علي- المرجع السابق، حيث يؤكد على ان هذه العلاقة تنشا كاثر يقوم بتنفيذ الالتزامات الناشئة على عاتقه بمقتضى عقد البيع، ومنها الالتزام باداء خدمة ما بعد البيع، لمصلحة المشترين، الذين ينشأ لهم من هذا الاشتراط حق مباشر قبل الوكيل في الحصول على الخدمة.

[٤] - جابر محجوب علي – المرجع السابق، ص ٢٠٣، ويضيف قائلا: ان بعض احكام القضاء الفرنسي ذهبت إلى قيام الحق للموكل (المنتج أو التاجر) بفسخ الوكالة إذا ارتكب الوكيل خطأ بمناسبة خدمة ما بعد البيع، كما لو رفض تقديم هذه الخدمة للمشترين الذين يطلبونها. ولكن احكاما اخرى ذهبت إلى ان مثل هذا الخطأ لا يبرر فسخ عقد الوكالة، ولكنه يعطي الموكل الحق في تعديلها من جانبه، كان يتولى بنفسه اصلاح الاشياء التي يبيعه ويستغني عن خدمات الوكيل في هذا الخصوص.

من الأشخاص لمساعدته في مباشرة إنتاجه أو تجارته ومن هؤلاء من تربطهم به علاقة عمل وتبعية ومنهم من يعمل لحسابه دون أن يكون تابعا له ، ويطلق على مثل هذه الصورة عقود التوزيع الشاملة وهي عقود يتنازل فيها المنتج أو تاجر الجملة إلى موزع محلي بحق قصر البيع في منطقة جغرافية محددة مع التزامه بمتابعة تقديم خدمات للعملاء وصيانة المنتجات المباعة محل عقد البيع وتنتشر هذه العقود في بيع الأدوات الكهربائية والالكترونية والمنتجات ذات الجودة العالية كالعطور والساعات ذات الجودة العالمية[١].

تأخذ عقود التوزيع الشاملة صورتين : عقد التوزيع الشامل بشرط القصر وهو ما يطلق عليه (عقد الامتياز التجاري) وعقد التوزيع دون شرط القصر ، والذي يأخذ صورتين : عقد السماح وعقد التوزيع مع حق اختيار الموزع أو الموافقة عليه[٢] ، وبالنسبة لعقد التوزيع فأن الموزع بخلاف الوكيل يتعامل مع الغير باسمه ولحسابه الشخصي[٣] حيث تنصرف آثار تصرفاته مع الغير إليه مباشرة ، ومن هذه الناحية يتفق الموزع في عقد التوزيع مع المستفيد في عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، وقد اختلف الشراح حول تكييف طبيعة العلاقة القانونية التي تربط الموزع بالمنتج أو التاجر. ولا شك في ان تحديد هذه الطبيعة القانونية من الاهمية بمكان بالنسبة للفرض محل الدراسة، ذلك ان هذا التحديد الدقيق هو الذي سيحكم مسار مسألة رجوع العميل على الموزع أو المنتج.

فذهب بعض الفقه إلى أن طبيعة هذه العلاقة هي علاقة وكالة[٤]، أي أن علاقة الموزع (المستفيد) بالمانح هي علاقة وكالة. ذلك ان الموزع يعد وكيلاً لمن منحه امتياز التوزيع. في حين يذهب بعضهم الاخر إلى ضرورة نفي علاقة الوكالة واعتبارها علاقة بيع. حيث ذهب هذا الرأي الى ان العلاقة ما بين الموزع وصاحب السلعة هي علاقة توريد اقرب ما تكون لعقد البيع لأنها بيع وشراء على دفعات وليست علاقة وكالة[٥] البائع فيها صاحب السلعة والمشتري هو الموزع[٦] .

غير ان تكييف هذه العلاقة بانها عقد بيع يفترض ان يكون الموزع قد قبل تحمل مخاطر توزيع البضاعة، لذلك فهذا الاتجاه يجعل من هذا القبول أيّ قبول الموزع تحمل مخاطر توزيع البضاعة ضابطا للتفرقة بين الوكالة والبيع في مجال توزيع السلع[٧]. فاذا كان الموزع (المستفيد) مالكا للسلعة بمقتضى عقد بيع بينه وبين المنتج (المانح) فان احكام الوكالة لا تنطبق. ومن ثم فان الذي يسأل مباشرة امام العميل الذي يتضرر من هذه السلعة يكون هو الموزع باعتباره مالكا للسلعة ولكونه قد ابرم العقد مع العميل مباشرة. فاذا ما اصيب العميل بضرر فانه يستطيع ان يرجع مباشرة على الموزع تطبيقا لاحكام المسؤولية العقدية الناشئة عن العقد المبرم بينهما. لكن إذا ادعى العميل انه كان يعتقد بانه يتعامل مع المنتج (المانح) وان المستفيد (الموزع) انما كان بمثابة وكيل عن المانح، ففي هذا الفرض نستطيع ان نطبق احكام الوكالة الظاهرة السابق الاشارة اليها إذا ما توافرت شروطها.

---

[١] - سميحة القيلوبي ، شرح العقود التجارية ، المرجع السابق ص١٩٣

[٢] - سميحة القيلوبي المرجع السابق نفسه ص ١٩٣-٢١١

[٣] - قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردنيين رقم ٢٨ لسنة ٢٠٠١ المادة رقم٢

[٤] - حسني المصري- العقود التجارية في القانون التجاري الكويتي – ص٢٢٩. وانظر كذلك: جابر محجوب – المرجع السابق – ص ١٩١.

[٥] - احمد عبد الرحمن الملحم- مرجع سابق ص٧٨.

[٦] - حمزة حداد ، بعض الجوانب القانونية لعقد الترخيص ، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في الفترة ما بين ٢٨-١٩٩٨/٥/٢٩في جامعة لبنان نشر على شبكة الانترنت ،موقع مركز القانون والتحكيم ، ص ١٠

[٧] - احمد الملحم – المرجع السابق، ص ٧٩.

المطلب الثاني فسخ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية:

يفسخ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية إذا اخل احد الأطراف بالتزامات المترتبة عليه مما يؤدي إلى إلحاق الضرار بالطرف الأخر مما يعطي المجال له بفسخ العقد ، ومن الأسباب التي تؤدي إلى طلب الفسخ ، عدم القدرة على التنفيذ ، فإذا لم ينفذ أي من المتعاقدين التزاماته كان للمتعاقد الأخر طلب فسخ العقد ليتحلل من التزامه المقابل.
والفسخ قد يكون اتفاقيا بمعنى اتفاق المتعاقدين مقدما على استبعاد اللجوء إلى القضاء لتقرير فسخ العقد في حالة إخلال أيّ منهما بالتزاماته العقدية، ويتم ذلك بإدراج بند فاسخ بمقتضاه يعد العقد مفسوخا دون حاجة إلى حكم قضائي[1].

وقد يكون الفسخ قضائيا يقع بحكم من القضاء، فإذا اخل احد طرفي العقد بالتزاماته يستطيع الطرف الأخر أن يرفع الأمر إلى القضاء للحكم بفسخ العقد، وهنا يكون لقاضي الموضوع سلطة تقديرية في الحكم بفسخ العقد من عدمه[2].

وقد يتعرض عقد الامتياز التجاري للانفساخ، وهي الحالة التي يستحيل فيها على احد أطراف العقد تنفيذ التزامه لسبب أجنبي عنه لا يد له فيه، فينفسخ العقد تلقائيا بقوة القانون، دون حاجة لاستصدار حكم قضائي بذلك، ودونما حاجة إلى وجود اتفاق بشأنه مسبقا في عقد الامتياز التجاري[3].

و من الأسباب المبررة والمقبولة لفسخ هذا العقد : الإخلال بالالتزامات التعاقدية ، وتكون عند عدم قيام أي من المتعاقدين (المانح والمستفيد) بالأعمال المطلوبة منهما على الوجه الأكمل .

فإذا لم ينفذ أي من طرفي عقد الامتياز الأعمال المطلوبة منه والمتفق عليها في العقد جاز للطرف المتضرر المطالبة بفسخ العقد ، مثلا ، عدم تمكين مانح الامتياز المستفيد من استخدام العلامة التجارية ، أو لم يقم بتزويده بالمواد الأولية للمنتج أو البضائع المتفق عليها أو مخالفته شرط القصر[4]، أو لم يقدم له الإرشادات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو طريقة الصنع الصنع كما هو متفق عليه في العقد ، أو عدم التزم المستفيد بالمعايير والنوعية التي وضعها مانح الامتياز أو لم يقم بتقديم الخدمات حسب الاتفاق ، أو عدم قيامه بالإعلانات المناسبة للعلامة التجارية موضوع عقد الامتياز حسب الاتفاق . أو عدم قيامه بدفع التكاليف و العائدات المالية المترتبة عليه و المطلوبة منه للمانح . وإذا مر بصعوبات مالية تجعله غير قادر على الوفاء بالتزامه مما يفقده ثقة المانح ، أو انه لم يحقق رقم المبيعات المتفق عليه في العقد [5].

وأيضا يحق للمانح المطالبة بفسخ العقد في حالة قيام المستفيد بإفشاء ألأسرار والمتعلقة بموضوع العلامة التجارية والمطالبة بالتعويض .

---

[1]- إبراهيم أبو الليل – العقد والإدارة المنفردة (التصرف القانوني) – مؤسسة دار الكتب – الكويت – الطبعة الثانية ١٠٨٨ – ص٤٢٠. انظر المادة ١٥٤ من القانون المدني الأردني .

[2] - فايز نعيم رضوان – عقد الترخيص التجاري – القاهرة، مطبعة الحسين الإسلامية ١٩٩٠ – الطبعة الأولى – ص١٩١. انظر المادة ٢٤٦ والمادة ٢/٣٣٤من القانون المدني الأردني .

[3]- إبراهيم أبو الليل – المرجع السابق، ص ٤٢٧. انظر المادة ٢٤٧ و المادة ٢٤٨ من القانون المدني الأردني.

[4] - ماجد عمار، ص ١١٢

[5] - ماجد عمار ص ١١٠

تعتبر الأسرار التجارية العائدة للمشروع الذي منحه امتياز العلامة التجارية لأجله ، وكل ما يتعلق به من أسرار وصفات أو طرق صنع أو شعارات وبراءات اختراع المرافقة للمشروع وغيرها من أساليب وطرق الاستثمار ، هي الأساس التي يقوم عليها المشروع ، فإذا قام المستفيد بإفشاء هذه الإسرار ، مثلا ، كإفشاء الأسرار المتعلقة بالوجبات المقدمة في سلسلة مطاعم ماكدونالدز هذا قد يؤثر سلبا على نشاط مانح الامتياز[١] ، مما يلحق الضرر به .

ومن الأسباب التي تتيح للمانح فسخ العقد عدم التزام المستفيد بقيود المنافسة المفروضة عليه وعدم التزامه بشرط القصر. فقد يفرض مانح الامتياز كما وضح هذا البحث سابقا قيود للمنافسة ، كأن يتم الاتفاق على وضع حد أدنى للنشاط يتوجب على المستفيد التقيد به ، ولا يجوز له مخالفته دون عذر مقبول ، وكذلك لا يجوز للمستفيد منح الامتياز استخدام العلامة لغيره إلا بموافقة المانح الأصلي وهذا شرط القصر ، فإذا لم يتقيد المستفيد بهذه الشروط يحق للمانح فسخ العقد .

وأيضا من الأسباب التي تتيح للمانح فسخ العقد قيام المستفيد بتقديم حسابات غير صحيحة لشبكة الامتياز والمانح .، ومخالفته لإحكام القانون أو حقوق الملكية الفكرية[٢] .

إذا تقدم المستفيد بمعلومات غير صحيحة ومغشوشة حول موازنة مالية لا تتوافق مع واقع السوق يحق للمانح المطالبة بفسخ العقد ، أو إذا قام المستفيد بانتهاك حقوق الملكية الفكرية العائدة للمانح ، أو إذا قام بمخالفات قانونية ، أدت إلى وقوع عقوبات مالية وجزائية ، مثلا قيامه بوضع العلامة التجارية على مواد منتهية الصلاحية .

وأخير يتم فسخ العقد نتيجة لتغيير شخص احد المتعاقدين : كما وضح هذا البحث سابقا انه في عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية قد تم التعاقد على أساس الاعتبار الشخصي للمتعاقدين المانح والمستفيد ، وعليه اذا حصل تغيير في شخص أي من المتعاقدين المانح والمستفيد في عقد الامتياز او وفاة احدهما ، فأنه يحق للطرف الأخر اما الموافقة على هذا التغيير او المطالبة بفسخ العقد [٣].

وبناء على هذه الحالات السابقة فأنه يحق للا من اطراف العقد المطالبة بفسخ العقد ولكن ماذا يترتب على هذا الفسخ وهل يستحق الطرف الاخر تعويض .

المطلب الثالث التعويض عن انهاء عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية :

تظهر مسألة التعويض عند انهاء عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية في مسألتنا هما:

المسألة الأولى: فيما إذا كان عقد الامتياز محدد المدة وسكت العقد عن النص على حق المستفيد في تجديد العقد لمدة واحدة محددة قبل إنتهاء مدته، فإذا ما طلب المستفيد تجديد العقد ورفض المانح التجديد وإن كان هذا من حقه، أليس من حق المستفيد المطالبة بتعويض عما يصيبه من ضرر جراء عدم التجديد خاصة إذا ما أخذنا بعين الإعتبار أن العقد المذكور قد قام بتشييد أبنية وأقام تجهيزات ضخمة وإعلانات متعددة كلفته أموالاً طائلة؟

---

[١] - نعيم مغبب ص ٢٤٧
[٢] - نعيم مغبب ، مرجع سابق ص ١٨٠
[٣] - ماجد عمار ، مرجع سابق ص ١٠٩

المسألة الثانية: في حالة قيام المانح بإنهاء عقد الامتياز بإرادته المنفردة ودون موافقة المستفيد، فهل يستحق المستفيد تعويضاً من جراء هذا الإنهاء؟

وتم بحثهما في البندين التاليين:
١- في حالة رفض المانح تجديد عقد الامتياز قبل إنتهاء مدته.
إن عقد الامتياز يحدد بمدة بإنقضائها ينتهي العقد وأحياناً قد ينص العقد على حق المانح في تجديده لمدة أو لمدد أخرى أو ينص على التجديد تلقائياً[١]، ما لم يخطر أحد الطرفين الطرف الآخر قبل نهاية العقد برغبته في الإنهاء وينص العقد في هذه الحالة على مدة الإخطار. ولكن في الحالة التي يسكت فيها عقد الامتياز عن مثل هذا النص وطلب المستفيد تجديد العقد ورفض المانح ذلك، فهل من حق المستفيد أن يطالب بالتعويض عما يلحقه من أضرار خاصة بعد ما قام بتشييد أبنية وأقام تجهيزات ضخمة وإعلانات دعاية كلفته أموالاً طائلة؟

بينت الدراسة مسبقاً أنه في عقود الامتياز فإن إلتزام المانح لا يقتصر فقط على تمكين المستفيد من إستعمال العلامة التجارية محل العقد والإنتفاع بها بل يلتزم بأن يقدم إليه المساعدة والمعرفة الفنية لتصنيع المنتجات أو تجميعها من المانح الى المستفيد ويقوم بتصنيع وتوزيع السلع التي تحمل العلامة موضوع الامتياز.

والمستفيد في عقود الامتياز يشيد أبنية ويقوم بعمل تجهيزات وينفق أموالاً طائلة في سبيل إستعمال العلامة التجارية والقيام بإعلانات دعاية لها وخاصة إذا ما أخذنا بعين الإعتبار أن المستفيد قد يعلق حقه في تجديد العقد على مدى نجاح مشروعه ورواج منتجاته وحجم مبيعاته وحجم الزبائن والعملان الذين كونهم وشهرة العلامة التجارية التي تحمل منتجاته أو بضائعه أو خدماته واضعاً نصب عينيه منذ بداية العقد أن المانح سوف يوافق على طلب تجديده، ففي الحالة التي لا يسمح فيها المانح تجديد العقد سينعكس ذلك سلباً على مشروع المانح بل قد يؤدي إلى فشله حيث يصبح إنتاج المنتجات أو البضائع أو تقديم الخدمات لمعرفة المستفيد فيما إذا لم يجدد العقد عديم الجدوى من ناحية المردود الإيجابي طالما أن العلامة التجارية موضوع الامتياز لا تستخدم في تمييزها عن مثيلاتها.

تعرضت بعض التشريعات لعلاج هذه الحالة فوضعت قيوداً على حرية المانح في إنهاء العقد، ففي كثير من قوانين الولايات المتحدة الأمريكية والتي تنظم عقد الامتياز حظرت على المانح أن يرفض تجديد العقد ما لم يستند إلى سبب معقول[٢] ، كتشريع ولاية نيوجرسي حيث حظر على المانح سواء بنفسه أو عن طريق أحد وكلائه أو تابعيه إنهاء أو إلغاء أو عدم تجديد عقد الامتياز بدون سبب معقول وإخطار مسبق يوضح أسباب الإنهاء أو الإلغاء أو عدم التجديد، وقد حدد القانون المدة المقررة للإخطار فأوجب على المانح إخطار المستفيد بنيته في وضع نهاية للعقد قبل تاريخ الإنهاء بـــ ٦٠ يوماً على الأقل[٣].

أما الوضع في الأردن، فلم يتناول المشرع الأردني تنظيم حق المستفيد في تجديد عقد الامتياز قبل إنتهاء مدته كما أن القضاء الأردني فقير في هذا المجال فلم نعثر على أحكام في هذه المسألة. ولذلك ترى الدراسة أمام هذا الوضع أن تحكم هذه المسألة وفقاً للقواعد العامة.

---

[١]- المادة(١/٧٠٧)من القانون المدني الأردني.
[٢] ـ حسام الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق ص١٣١ وما بعدها.
[٣]- حسام الصغير المرجع نفسه ،ص١٢٣(الهامش رقم١).

ابتداءاً فإن العقد شريعة المتعاقدين، فيجوز للطرفين (المانح والمستفيد) أن يدخلا تعديلات على حقوقهما وإلتزاماتهما بنصوص صريحة في عقد الامتياز وذلك في حدود النظام العام والآداب العامة، ولذلك فمن المتصور ابتداءاً أن يتفق الطرفان على أنه من حق المستفيد تجديد العقد لمدة أخرى شريطة إعلام المانح برغبته في ذلك خلال مدة معقولة قبل نهاية مدة العقد وإذا ما رغب المانح برفض طلبه يقوم المانح بإعلام المستفيد برغبته في وضع نهاية للعقد قبل مدة إنهائه بمدة زمنية معقولة وأن يستند ذلك إلى سبب معقول وتقترح الدراسة في هذا الصدد أن تكون المدة معقولة كافية لتصويب أوضاع المستفيد بأن تكون المدة مثلاً ثلاثة أشهر سابقة لإنتهاء مدة العقد المتفق عليها. ومن ناحية أخرى وبالرجوع إلى القواعد العامة فإن قواعد التعسف في إستعمال الحق[١]. وقواعد العدالة[٢] ، والعرف التجاري المعتمد في العقود المماثلة لعقد الامتياز فإن هذه القواعد تلزم المانح في عقد الامتياز بتعويض المستفيد عما يحلقه من ضرر بسبب رفض المانح العقد.

وترى الدراسة أن المستفيد يستحق التعويض بالإضافة إلى ما سبق استنادا للأسباب التالية:

أولاً: لأن المستفيد خلال مدة سريان عقد الامتياز يكون قد كون عملاء وزبائن وجذبهم للتعامل معه ومع منتجاته أو بضائعه أو خدماته التي توضع عليها العلامة التجارية موضوع الامتياز خاصة أن العلامة التي توضع على تلك المنتجات أو البضائع أو الخدمات تستخدم في الدعاية والإعلان للتدليل عليها وتمييزها عن مثيلاتها.

ثانياً: أن المستفيد ينفق أموالاً طائلة في سبيل إستعمال العلامة التجارية ولإنجاح مشروعه وترويج منتجاته أو بضائعه أو خدماته لجذب أكبر قدر ممكن من العملاء والمستهلكين ، فلهذا فمن العدل أن يعوض المستفيد إذا ما رفض المانح تجديد العقد ، فالعدالة كما يرى البعض[٣] ، تقتضي تعويض المستفيد عن كافة الأضرار التي تلحق به سبب رفض المانح تجديد العقد إذا كان قرار المانح لا يستند إلى سبب معقول وهذا ما يتطلبه تنفيذ العقد بحسن نية[٤] وأمانة متبادلة فيما بين طرفيه (المانح والمستفيد).

٢- في حالة قيام المانح بإنهاء عقد الامتياز بإرادته المنفردة دون موافقة المانح .

إن عقد الامتياز قد ينحل إرادياً ومن صور ذلك إنهائه بالإرادة المنفردة لأحد أطرافه وفي هذه الحالة نعالج حالة إنهاء عقد الامتياز بالإرادة المنفردة للمانح دون موافقة المستفيد متى كان العقد محدد المدة، وإذا ما كان عقد الامتياز غير محدد المدة فلا يجوز لأي من طرفيه إنهاء هذا العقد في أي وقت يشاء[٥] ، أما إذا كان عقد الامتياز محدد المدة فالقاعدة أن هذا العقد ينتهي بإنتهاء مدته ما لم يتفق الطرفان على ضرورة الإخطار في حالة الرغبة في تجديد العقد أو ضرورة الإخطار في إبداء الرغبة بعدم تجديده، ولكن ما مدى أحقية المستفيد في التعويض في حالة إنهاء العقد المذكور من قبل المانح بإرادته المنفردة قبل إنتهاء مدته؟

---

١ - المادة (٦٦)من القانون المدني الأردني.

٢- المادة (٣/٣)من القانون المدني الأردني وكذلك المدة (٣)من قانون التجارة الأردني.

٣- حسام الصغير، الترخيص باستعمال العلامة التجارية، مرجع سابق ص١٣٧

٤ - المادة (١/٢٠٢)من القانون المدني الأردني.

٥- محمود احمد الكندري،أهم المشكلات العملية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويت، العدد الرابع ٢٠٠٠ ص١٤٩

إنقسمت التشريعات لعلاج هذه الحالة إلى إتجاهين:

الإتجاه التشريعي الأول أطلق حق المانح في إنهاء عقد الامتياز دون قيود ومن دون سبب جدي ومقبول، ويبرر هذا الإتجاه أن وضع قيود على حق المانح في إنهاء العقد بأن يكون العقد مستنداً إلى أسباب جدية ومبررة ومقبولة قد ينعكس سلباً في عدم تشجيع أصحاب العلامات التجارية في الامتياز بإستعمالها وإبرام عقود الامتياز بشأنها نظراً لتقييد حقه في إنهاء العقد الأمر الذي قد يؤدي في نهاية المطاف تدمير عقد الامتياز، كما أن وضع قيود على حقه خاصة فيما يتعلق بنفقات رقابة الجودة سوف ترتفع في شبكة المستفيدين الأمر الذي ينعكس على الأسعار وهذا بدوره يؤدي إلى جعل الإقبال على إبرام عقود الامتياز الإتفاقية بإستعمال العلامة التجارية ليس مرغوباً فيه[1]. ويأخذ بهذا الإتجاه تشريعات ٣٦ ولاية أمريكية بأن للمانح في هذه الحالة إنهاء العقد إذا كان غير محدد المدة أو أن هذا العقد ينتهي بإنتهاء مدته ولا يلزم أن يكون للمانح سبب مقنع وقوي في إنهاء العقد[2].

أما الاتجاه التشريعي الثاني فذهب إلى ضرورة تقييد حق المانح في إنهاء العقد بأن يستند هذا الإنتهاء إلى أباب جدية ومقبولة. ويرى هذا الإتجاه أن يراعى هذا القيد في حالة تجديد العقد[3] ، ويبرر رأيه بأن المستفيد قد كون عملائه وزبائنه أي عنصر الإتصال بالعملاء من خلال إلصاق العلامة التجارية الممنوح الامتياز بإستعمالها في أذهانهم.

ولذلك ليس من العدالة أن يستأثر المانح بالمردود الإيجابي أي الأرباح العائدة من حجم المبيعات للمنتجات أو البضائع أو تقديم الخدمات التي تحمل العلامة التجارية موضوع الامتياز بقيامه بإنهاء العقد مع المستفيد بإرادته المنفردة ثم يقوم بعد ذلك بموارده المالية بترويج هذه المنتجات أو البضائع أو الخدمات أو يتفق مع مستفيد جديد لإستعمال هذه العلامة من دون أن يعوض المستفيد تعويضاً مناسباً. ومن الأسباب المبررة والمقبولة لإنهاء هذا العقد بالإرادة المنفردة من قبل المانح، عدم قيام المستفيد بالأعمال المطلوب منه على الوجه الأكمل وقيامه بإفشاء أسرار المستفيد وعدم إلتزامه بقيود المنافسة المفروضة عليه[4]،ويأخذ هذا الاتجاه قرابة ١٤ تشريع ولاية أمريكية[5].

أما عن موقف القانون الأردني من هذه المسألة، فالمشرع الأردني لم يعالج هذه المسألة كما أن القضاء الأردني لم يتناولها وأمام هذا الوضع ترى الدراسة أن حق المانح في إنهاء العقد ليس مطلقاً بل يجب لإستعماله أن يستند إلى مبرر مشروع بمعنى وجود مصلحة مشروعة للإنهاء دون أن يحلق ضرر جسيم بالمانح له بحيث إذا لم يقصد بالإنهاء مصلحة مشروعة أو كانت المصلحة المرجوة من الإنهاء لا تتناسب مع الضرر الذي لحق المانح يكون الإنهاء عندئذ تعسفياً يترتب عليه حق المستفيد في التعويض[6].

ولذلك تدعو الدراسة المشرع الأردني إلى إسباغ حماية تكون كافية للمستفيد بأن ينص بعدم جواز قيام المانح بإنهاء عقد الامتياز دون أن يكون المستفيد قد ارتكب خطأ ودون أن

---

[1]- محمود احمد الكندري،مرجع سابق نفسه ص١٥٠.
[2] - محمود احمد الكندري،مرجع سابق نفسه ص١٥٠هامش رقم (٨٥).
٣- محمود احمد الكندري،مرجع سابق نفسه ص١٥٣

[4]- محمود احمد الكندري،مرجع سابق نفسه ص١٥٤
[5]- محمود احمد الكندري،مرجع سابق نفسه ص١٥٣هامش رقم (٩٤).
[6] - انظر المادة (٢/٦٦)من القانون المدني الأردني.

يستند في ذلك إلى سبب مقبول وضرورة الإخطار قبل إنتهاء العقد في وقت مناسب وأن يرتب جزءاً على عدم إلتزام المانح بذلك يتمثل في إستحقاق المستفيد تعويضاً يراعى فيه ما لحقه من ضرر وما فاته من كسب ومدى إفادة المانح من جهود المستفيد في ترويج المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحمل العلامة التجارية موضوع الامتياز وأيضاً حجم ما كوّن المستفيد من عملاء وزبائن.

أما الفقه القانوني فقد اختلف في الأساس القانوني لحق المستفيد في الحصول على التعويض، فذهب بعض الفقه إلى تأسيسه على نظرية الإثراء بلا سبب على إعتبار أن المانح سوف يثري على حساب المستفيد بدون سبب إذا لم يقم بتعويض عن عنصر العملاء على إعتبار أن عنصر الإتصال بالعملاء له قيمة مالية يجب أن يقوّم[1]. في حين ذهب الرأي الآخر إلى القول بأن هذا التعويض لا يعدو أن يكون إلا أجراً مؤجلاً يستحقه المستفيد عن إنهاء العقد وعدم تجديده بسبب إستمرار العملاء في الإقبال على منتجات المانح أو خدماته[2].

وترى الدراسة أن ما ذهب إليه الرأي الأول هو منطقي وسليم، فحق المستفيد يستند إلى نظرية الإثراء بلا سبب، فالمستفيد يعمل خلال مدة سريان عقد الامتياز على جذب العملاء وترغيبهم في المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحمل العلامة التجارية موضوع الامتياز، كما أن المستفيد أنفق أموالاً طائلة في سبيل الترويج عن العلامة التجارية التي تحمل منتجاته أو بضائعه أو خدماته من خلال الدعاية والإعلان عنها وزادت بالتالي شهرتها بازدياد قدرتها على جذب أكبر قدر ممكن من العملاء ولذلك إذا لم يعوض المانح المستفيد بسبب إنهائه العقد قبل إنتهاء مدته فيكون قد أثرى على حسابه بلا سبب.

---

[1]- محسن شفيق المحل التجاري ، مرجع سابق ص٢٥ وما بعدها.
[2] - اكثم الخولي ،الوسيط في القانون التجاري،ج٤ العقود التجارية ،مكتبة سيد عبدا لله وهبة ، القاهرة،١٩٥٨،ص٢٦٩.

الخاتمة

بعد أن تمت هذه الدراسة ، والتي كان موضوعها التراخيص الممنوحة للعلامات التجارية ، بقي أن نذكر اهم النتائج التي توصلت لها ، ثم التعرض للتوصيات والتي ترجو من المشرع الكريم أخذها بعين الاعتبار عند وضع قانون جديد للعلامات التجارية .

النتائج

١. تتلخص الطبيعة القانونية لعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية بأنه شبيه بعقد الإيجار لشيء معين بالذات وهو ذلك المنقول المعنوي، أي العلامة التجارية.
٢. تبين للدراسة مدى أهمية التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية ، والتي أقرتها جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية ، والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) ، في تنسيق الشروط الشكلية لتقييد تراخيص العلامات التجارية وتبسيطها .
٣. وجدت الدراسة أن عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية يتمتع بعدد من الخصائص ، منها انه عقد رضائي ينعقد بتوافق الطرفين، وانه عقد تجاري لأنه ينصب على الانتفاع بالعلامة التجارية ، ومن حيث المضمون، أي حقوق والتزامات أطرافه التي ينشئها تجد أنه عقد ملزم للجانبين وانه من عقود المعاوضة ومن العقود المحددة. ومن حيث تنفيذه يعتبر من العقود المستمرة .
٤. وأيضا توضح للدراسة أن من خصائص عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية انه عقد غير مسمى؛ لأنه من الصعب حصر أنماط هذا العقد حصراً دقيقاً والعلة في ذلك تكمن في أن محل العقد تختلف وتتنوع باستمرار، فقد يقترن الامتياز الممنوح للعلامة التجارية بنقل المعرفة الفنية إلى المستفيد أو بالترخيص باستغلال براءة اختراع أو أي حق آخر من حقوق الملكية الصناعية. وبالتالي يجب إخضاعه إلى القواعد العامة في العقود ومن حيث انعقاده وآثاره من فسخ وتفسير وغيرها من مسائل.
٥. ومن خصائص العقد المذكور انه يعتبر من العقود القائمة على الاعتبار الشخصي لذلك لا يمكن التنازل عن الامتياز أو منح امتياز من الباطن أو انتقاله إلى الورثة بوفاة أحد أطرافه أو جميعهم ما لم يكن هناك اتفاقاً بعكس ذلك وما يدلل على أن هذا العقد من العقود التي تقوم على الاعتبار الشخصي أنه لا يمكن لأي من طرفيه (المانح والمستفيد) حال حياتهما تنفيذ هذا العقد ذو الاعتبار الشخصي إلى بنفسيهما فلا يجوز أن يستند تنفيذه إلى شخص آخر من الباطن .

٦. أجاز المشرع الأردني وفي قانون العلامات التجارية المعدل (رقم ٣٤ لسنة١٩٩٩) التصرف بالعلامة التجارية مستقلة عن المحل التجاري وقد أحسن المشرع بهذا التعديل وذلك مواكبتا للتطور والانفتاح الاقتصادي العالمي .وعليه يجوز منح الامتياز باستعمال العلامة التجارية ، حيث انه يعتبر صورة جديدة من صور التصرفات القانونية التي ترد على العلامة التجارية ، وبالتالي يعتبر عمل مشروع ، بحيث أصبح من الممكن استعمال العلامة التجارية من غير مالكها .
٧. وترى الدراسة انه يؤخذ على المشرع الأردني انه لم يصدر حتى الآن تعليمات للغرض المنصوص عليه في المادة (٣/٢٥) من قانون العلامات التجارية، حيث انه لم تصدر تعليمات من الوزير تحدد إجراءات تسجيل عقد الترخيص وكيفية تجديده

ونطاق هذا العقد ، وإنما الأمر متروك للقواعد العامة، والى اتفاق أطراف العقد ، كما بينت هذه الدراسة. مع أن المشرع الأردني اوجب تسجيل جميع التصرفات القانونية التي تطرأ على العلامة التجارية ، في سجل العلامات التجارية.

٨. تتمثل التزامات مانح امتياز العلامة التجارية ، بتمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية والالتزام بتجديد تسجيل العلامة التجارية و الالتزام بالضمـــان و الالتزام بالمحافظة على سرية التحسينات و الالتزام بالإفضاء و تقديم المساعدة الفنية والعون للمستفيد . بينما تتلخص التزامات المستفيد في ، دفع المقابل المالي المتفق عليه للمانح ، و الالتزام بالمحافظة على السرية ، و الالتزام الاستغلال وبالكفاءة .

٩. كما رأت الدراسة أن التزام مانح الامتياز في عقد الامتياز لا يقتصر على تمكين المستفيد من استخدام العلامة التجارية ، بل يلتزم بأن يقدم إليه المساعدة والمعرفة الفنية وقد يتضمن استغلال براءة اختراع أو حق آخر من حقوق الملكية الصناعية . و يشيد المستفيد أبنية ويقوم بتجهيزات ضخمة تكلفه مبالغ طائلة ، واضعا في اعتباره منذ بداية العقد وأثناء تنفيذه أن مانح الامتياز سوف يوافق على تجديده . وغنى عن البيان أن رفض مانح الامتياز تجديد هذا النوع من عقود الامتياز معناه الحكم على مشروع المستفيد بالدمار والفناء ، وذلك لأن العلامة تلعب دورا أساسيا في جذب العملاء وإقبالهم على السلع والمنتجات ، بحيث يصبح طلب السلعة ينصب أساسا على العلامة لا على المنتج ذاته ، بمعنى أن المنتج يصبح تحت تأثير الحملات الإعلانية متجسدا في العلامة ذاتها . من ثم يمكن القول أن إنتاج السلعة بمعرفة المستفيد يصبح عديم الجدوى من الناحية الاقتصادية طالما أن العلامة لا تستخدم في تمييزها .

١٠. رأت الدراسة أن التزام مانح الامتياز لا يقتصر على ضمان استعمال المستفيد للعلامة التجارية استعمالا هادئا و نافعا (الضمان القانوني) وإنما لا بد أن يضمن النتيجة المطلوبة من استعمال هذه العلامة أي الالتزام بضمان النتيجة ، ولذلك ترى الدراسة انه من الجائز أن يدرج الطرفان مانح الامتياز والمستفيد في عقد الامتياز شروط ضمان قد تختلف بصورة أو بأخرى عن الضمان القانوني ومن قبيلتها مثلا (التعاقد على العلامة التجارية تحت مسؤولية مانح الامتياز أو المستفيد) وهكذا فان أحكام الضمان من الممكن تعديلها شرط عدم الأضرار بالمستفيد أو الغير وإلا يكون قد حصل عليها مانح الامتياز نتيجة غش وذلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني أردني .

١١. وأخير ترى الدراسة انه يؤخذ على المشرع الأردني انه لم يتناول مسألة مسؤولية مانح الامتياز عن أعمال المستفيد عندما يتضرر الجمهور الذي يستخدم علامة المانح ،ولم يخصص المشرع الأردني أحكام خاصة لمعالجة هذه المسألة ، وكذلك يؤخذ على المشرع الأردني عدم تخصيص أحكام متعلقة بفسخ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية وكذلك مسألة انقضاء العقد وماذا يترتب عليه وحقوق الأطراف والجمهور الذي يتعامل معه ،وكذلك يؤخذ على المشرع الأردني عدم تعرضه لمسألة التعويض عند إنهاء عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ،ولم يتناول المشرع الأردني تنظيم حق المستفيد في تجديد عقد الامتياز قبل انتهاء مدته. ولذلك ترى الدراسة أمام هذا الوضع أن تحكم هذه المسألة وفقاً للقواعد العامة.

التوصيات

توصي الدراسة بأن يقوم المشرع الأردني عند اصداره لقانون جديد للعلامات التجارية ،او عند التعديل عليه، ان يضمن هذا القانون تنظيما لتراخيص الامتياز الممنوحة للعلامات التجارية ، بحيث تتضمن : التعاريف الخاصة بعقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، كتعريف عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، وأطراف العقد المانح والمستفيد. وان يتضمن القانون أيضا تنظيما للجوانب الشكلية للعقد ، والتي تتعلق بكتابة العقد والمصادقة عليه من قبل أطرافه وأمام الموظف المختص ، وقيد هذا العقد في السجل الخاص لهذه الغاية ، وطرق إثباته ، ونشره في الجريدة الرسمية . وكذلك ان يتضمن القانون تنظيما للجوانب الموضوعية للعقد ، والمتعلقة بمحل العقد وشروطه وأحكامه ، وكذلك حقوق أطراف العقد والتزاماتهم ، كالمسائل المتعلقة بالشروط التقييدية للمستفيد ، حماية للمانح ولجمهور المستهلكين الذين يتعاملون بالعلامة التجارية من سوء استخدام المستفيد لهذه العلامة ، وكذلك يجب أن يتضمن القانون المسائل المتعلقة برقابة الجودة ، والضمان ، وكذلك يجب أن يعطي القانون وضمن أحكام خاصة للمستفيد الحق في حماية محل العقد إلى جانب المانح وان لا يقتصر هذا الحق فقط على المانح . كما يجب أن يتضمن القانون تحديدا للنطاق الزماني والمكاني للعقد ، بحيث تحدد مدة العقد (مدة استعمال العلامة) ، بحيث لا تزيد عن المدة المقررة لحماية العلامة ، وأيضا تحديد النطاق الجغرافي العقد . كما يجب أن يتضمن القانون مسالة تجديد العقد ،و انقضائه ، من حيث النص على طريقة تجديد العقد والشروط الواجبة لذلك ، وان يتضمن القانون ألا سباب التي تؤدي إلى انقضاء العقد ، وكذلك شطب الامتياز الممنوح للعلامة التجارية يجب أن يتضمن القانون علاجا للآثار التي تترتب على الإخلال بتنفيذ عقد الامتياز الممنوح للعلامة التجارية ، وهي المسائل المتعلقة بالمسؤولية ، والفسخ ، والتعويض .

وتقترح الدراسة على المشرع الأردني الاسترشاد بأي من الأحكام التي اعتمدتها اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية (اللجنة الدائمة) في دورتها الرابعة ، باعتبارها مبادئ توجيهية بشأن تراخيص العلامات التجارية . وترى الدراسة انه يتوجب على المشرع الأردني إصدار تعليمات للغرض المنصوص عليه في المادة (٣/٢٥) من قانون العلامات التجارية، تحدد إجراءات تسجيل عقد الترخيص وكيفية تجديده ونطاق هذا العقد ، وعدم ترك الأمر متروك للقواعد العامة، والى اتفاق أطراف العقد.

وبعد أن انتهى البحث من النتائج والتوصيات تكون الدراسة قد انتهت فأن وفق هذا البحث فهذا بفضل الله تعالى وإنعامه ، وان كان هناك قصور فمن خطأي ومن نفسي ، والكمال لله وحده ، وأدعو الله عز وجل التوفيق والرضا والحمد لله رب العالمين .

قائمة المراجع

الكتب:-

١- إبراهيم أبو الليل ، المسؤولية المدنية بين التقيد والإطلاق، دراسة تحليلية للأنظمة القانونية المعاصرة (اللاتينية ،الإسلامية ، الانجلوامريكية) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ،من دون سنة نشر.

٢- إبراهيم أبو الليل ، العقد والإدارة المنفردة (التصرف القانوني) ،مؤسسة دار الكتب ،الكويت ،الطبعة الثانية ١٩٨٨

٣- احمد محمد محرز ،القانون التجاري ،الجزء الأول ، الملكية الصناعية ، القاهرة ١٩٨٧.

٤- أحمد محمد محرز ، الحق في المنافسة المشروعة ومجالات النشاط الاقتصادي، القاهرة، ١٩٩٤

٥- احمد عبد الرحمن الملحم : مدى تقييد عقد القصر للمنافسة الرأسية – مجلة الحقوق – السنة العشرون – العدد الاول – مارس ١٩٩٦.

٦- اكثم الخولي ،الوسيط في القانون التجاري،ج٤ العقود التجارية ،مكتبة سيد عبدا لله وهبة ، القاهرة،١٩٥٨.

٧- أمية علوان، ملاحظات حول المسؤولية قبل العقدية عن قطع المفاوضات في عقود التجارة الدولية-تقرير مقدم لندوة المنظمة التعاقدية للقانون المدني ومقتضيات التجارة الدولية.

٨- أنور سلطان ، مصادر الالتزام في القانون المدني الأردني، دراسة مقارنة في الفقه الإسلامي ،بدون دار نشر،١٩٨٧.

٩- توفيق حسن فرج،النظرية العامة للالتزام، الجزء الثاني ، الإسكندرية ١٩٧٨ .

١٠- أنور سلطان ، النظرية العامة للالتزام ،لجزء الثاني ، دار المعارف ،القاهرة ، ١٩٥٧ .

١١- جابر محجوب علي – خدمة ما بعد البيع في بيوع المنقولات الجديدة – دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانونين المصري والكويتي- مطبوعات جامعة الكويت- ١٩٩٥

١٢- جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية،مكتبة دار الثقافة عمان بلا سنة نشر.

١٣- حسام الدين عبد الغني الصغير ، الترخيص باستعمال العلامات التجارية ، الطبعة الأولى دار النشر، القاهرة ١٩٩٣.

١٤- حسام الدين كامل الأهواني ،النظرية العامة للالتزام ، دار النهضة العربية ،القاهرة ١٩٩٥.

١٥- حسن كيره ، المدخل الى القانون ، الطبعة الخامسة ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ،١٩٧٣.

١٦- حسني المصري، العقود التجارية في القانون الكويتي المقارن- مكتبة الصفار ١٩٨٩.

١٧- حسن محمد حمدان ، الحماية القانونية للفرانشيزي دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٨م.
١٨- رمضان أبو السعود،دروس في العقود المسماة، عقد الإيجار في القانون المصري واللبناني، الدار الجامعية،١٩٨٦.
١٩- سميحة القليوبي، شرح العقود التجارية ، دار النهضة ، القاهرة ،١٩٨٧.
٢٠- سميحة القليوبي، الوجيز في التشريع الصناعي ،مكتبة القاهرة، القاهرة ١٩٦٧، .
٢١- سمير جميل حسين الفتلاوي،استغلال براءة الاختراع،الطبعة الأولى، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ١٩٨٤.
٢٢- صلاح زين الدين ، العلامات التجارية و طنيا و دوليا ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ، عمان ، ٢٠٠٦م .
٢٣- صلاح زين الدين ،الملكية الصناعية والتجارية (براءات الاختراع ،الرسوم الصناعية ،النماذج الصناعية ،العلامات التجارية ،البيانات التجارية) ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة ، عمان ٢٠٠٠م .
٢٤- صلاح سليمان الأسمر، العلامات التجارية في القانون الأردني والمصري ،الطبعة الأولى ، مطبعة التوفيق ، عمان ، ١٩٨٦م .
٢٥- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني- العقود الواردة على العمل – المقاولة والوكالة والوديعة والحراسة – دار احياء التراث العربي- بيروت – لبنان – ١٩٦٤.
٢٦- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني ، الجزء الرابع ، منشأة المعارف. ، الإسكندرية. ٢٠٠٤ .
٢٧- عبد القادر العطير، الوسيط في شرح القانون التجاري ، دار الشروق عمان ، ١٩٩٣
٢٨- عزيز العكيلي ، القانون التجاري ، الاعمال التجارية والتجار والمتجر ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ١٩٩٥ .
٢٩- عصام أنور سليم، الوجيز في عقد الإيجار، الجزء الأول الأحكام العامة في الإيجار،دار المطبوعات الجامعية الإسكندرية ،٢٠٠٠.
٣٠- علاء عزيز الجبور ، عقد الترخيص دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى، دار الثقافة ، عمان ،٢٠٠٣.
٣١- علي العريف ، شرح القانون التجاري المصري ،الطبعة الثانية، الجزء الأول ،مطبعة احمد مخيمر،القاهرة،١٩٥٩.
٣٢- فايز نعيم رضوان ،(عقد الترخيص التجاري) ، الطبعة الأولى ، مطبعة الحسين الإسلامية ،القاهرة ،١٩٩٠م .
٣٣- فايز نعيم رضوان -العقود التجارية وعمليات المصارف وفقا لمشروع قانون التجارة الاتحادي لدولة الإمارات العربية المتحدة – ١٩٩٠.
٣٤- ماجد عمار ، (عقد الامتياز التجاري) ، الطبعة الأولى ،دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٢ .
٣٥- محسن شفيق ، نقل التكنولوجيا من الناحية القانونية ، مطبوعات جامعة القاهرة ، القاهرة ، ١٩٤٨.
٣٦- محمد منصور احمد ،العلامات التجارية- جريمة الغش التجاري،الطبعة الأولى الجزء الثاني ،دار الرياض للطباعة والنشر١٩٥٥.

٣٧- محمد حسني عباس،الملكية الصناعية أو طريق انتقال الدول النامية إلى عصر التكنولوجيا،بلا دار نشر ،بدون طبعة ،١٩٦٧.
٣٨- محمد صالح بك، شرح القانون التجاري المصري ، مكتبة عبدالله وهبة، ج٢ ، القاهرة ،١٩٤٥.
٣٩- محمد حسني عباس ، الملكية الصناعية والمحل التجاري دار النهضة العربية القاهرة ١٩٧١،
٤٠- محمد محسن إبراهيم النجار ، عقد الامتياز التجاري (Franchise) : دراسة في نقل المعارف الفنية ، دار الجامعة الجديد الإسكندرية ٢٠٠١
٤١- منير وممدوح محمد الجنبيهي،العقود التجارية، دار الفكر الجامعي ٢٠٠٠.
٤٢- نعيم مغبغب ،(الفرنشايز) دراسة في القانون المقارن، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ٢٠٠٦م.
٤٣- نواف كنعان ، حق المؤلف، الطبعة الأولى،مكتبة الأقصى،عمان،١٩٨٧.
٤٤- نزيه محمد الصادق المهدي-الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد-دار النهضة العربية -١٩٨٢ .
٤٥- يعقوب يوسف صرخوة.، النظام القانوني للعلامات التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى ،مطبعة ذات السلاسل. ، الكويت،١٩٩٣ .

الرسائل الجامعية :

١- عنان شوقي أحمد يونس ، رسالة ماجستير بعنوان النظام القانوني للعلامة التجارية: دراسة مقارنة ، جامعة عمان العربية ٢٠٠٤.
٢- ماهر فوزي حمدان ،رسالة ماجستير (حماية العلامات التجارية) دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى ، الجامعة الأردنية ، عمان ١٩٩٩م .
٣- ياسر محمد الحديدي، رسالة دكتوراه(بعنوان النظام القانوني لعقد الامتياز التجاري) . ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ٢٠٠٧.
٤- ياسر سامي قرني ، رسالة دكتوراه بعنوان (دور عقود الامتياز التجاري في نقل المعرفة الفنية) دراسة مقارنة ،في كلية الحقوق ،جامعة القاهرة ، ٢٠٠٥م.
٥- محمود الكيلاني- جزاء إلا خلال في تنفيذ العقود الدولية لنقل التكنولوجي- رسالة دكتوراه- جامعة القاهرة -١٩٨٨ .

القوانين :

١. قانون العلامات التجارية الأردني، رقم٣٣ لسنة١٩٥٢ والمعدل بالقانون رقم ٣٤، لسنة ١٩٩٩.
٢. القانون المدني الأردني رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٦.
٣. قانون التجارة الأردني رقم ١٢ لسنة ١٩٦٦.
٤. قانون البيانات الأردني ، قانون رقم (٣٠) لعام ١٩٥٢.
٥. قانون المنافسة غير المشروعة والأسرار التجارية الأردني رقم ١٥ لسنة ٢٠٠٠
٦. قانون براءات الاختراع الأردني رقم ٣٢ لسنة ١٩٩٩.
٧. قانون الوكلاء والوسطاء التجاريين الأردنيين رقم ٢٨ لسنة ٢٠٠١

٨. قانون العلامات التجارية الإماراتي رقم ٣٧لسنة ١٩٩٢ .
٩. قانون العلامات التجارية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ١٩٩٢
١٠. قانون التجارة المصري رقم ١٧ لسنة ١٩٩٩.
١١. قانون الإثبات المصري رقم ٢٥ لسنة ١٩٦٨، معدلا بالقانون ٢٣ لسنة ١٩٩٢
١٢. نظام رسوم القيد في السجل التجاري رقم ٧٠ لسنة ٢٠٠٤ ، المنشور على الصفحة ٢٧٢٣ من عدد الجريدة الرسمية رقم ٤٦٦٢ تاريخ ١/ ٦/ ٢٠٠٤ ، صادر بموجب المادة ٢٢ من قانون الصناعة والتجارة وتعديلاته رقم ١٨ لسنة١٩٩٨

الصحف الرسمية :

الجريدة الرسمية ، العدد(١١٠٨)، نشر بتاريخ ١٩٥٢/٥/١٧م .
الجريدة الرسمية ، العدد(٤٥٠١)، نشر بتاريخ١٦/٨/م٢٠٠١.

المقالات و المؤتمرات :

١. حمزة حداد ، بعض الجوانب القانونية لعقد الترخيص، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر الأول حول عقد الترخيص في لبنان والدول العربية المنعقد في الفترة ما بين ٢٨-١٩٩٨/٥/٢٩في جامعة لبنان ، نشر على شبكت الانترنت موقع مركز القانون والتحكيم.

٢. صلاح زين الدين، الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من ١٠-٢٠٠٠/٧/١١، جامعة اليرموك، الأردن ،٢٠٠١.

٣. قيس محافظ ، الأسرار التجارية في مجال الملكية الفكرية ،ورقة عمل مقدمة الى ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية ، عمّان، من ٦ إلى ٨ أبريل/نيسان ٢٠٠٤

٤. صلاح زين الدين ، تعريف العلامة التجارية في القانون الأردني ،مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكريةالعدد٣٤ الربع الرابع

٥. محمود احمد الكندري،أهم المشكلات العملية التي يواجهها عقد الامتياز التجاري، بحث منشور في مجلة الحقوق الكويت، العدد الرابع٢٠٠٠

٦. الخيار الاستراتيجي في تسويق التكنولوجيا" رأي الدول النامية-" المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية-منظمة التربية والعلوم والثقافة-باريس -١٩٣٧- مجلد ١٥.

٧. حسن ابو ناقوس ،ضبط الجودة ، مقال نشر في مجلة حماية الملكية الفكرة ، العدد ٤٣، الربع الأول ١٩٩٥.

المراجع الأجنبية :

1. John Adam. K. Prichard Jone- franchising- Butterworth's. 1990.
2. James Brickley and Fredrick Dark, 'the economic effects of franchise termination law, Journal of law & Economic, VO l x x x lv April (1991).
3. J. Adams, A. Prichard Jones, Franchising, practice and precedents in business formant franchising, Third edition, Butterworth's, 1990,

المواقع الالكترونية :

١. المنظمة العالمية للملكية الفكرية الويبو ،(منح التراخيص والامتيازات للعلامات) وثيقة من إعداد الكتب الدولي للويبو لإغراض ندوة تدريبية عن العلامات التجارية ، نظمها المعهد الخليجي للقانون الدولي ، دبي (الإمارات العربية المتحدة ، ٢٥/٢٤مارس/آذار ١٩٩٧ . الموقع الالكتروني: (http://www.wipo.int/portal/index.html.ar) تاريخ الدخول الى الموقع :(٢٠٠٩/٢/١٣).

٢. جاك الحكيم ،عقد الترخيص التجاري ، مقال نشر على شبكة الانترنت على الموقع الالكتروني www.syrianlaw.com/ تاريخ الدخول الى الموقع :(٢٠٠٩/٦/٢٠)

٣. المنظمة العالمية للملكية الفكرية ،جنيف ، ندوة الويبو الوطنية عن الملكية الفكرية لأعضاء هيئة التدريس وطلاب الحقوق في الجامعة الأردنية ، عمّان، من ٦ إلى ٨ أبريل/نيسان ٢٠٠٤ ، الجوانب القانونية للترخيص وفقاً للقانون الأردني ، طارق حموري، الموقع الالكتروني: (http://www.wipo.int/portal/index.html.ar) تاريخ الدخول الى الموقع :(٢٠٠٩/٦/٢٠)

١. كنعان الاحمر،بحث بعنوان (ترخيص العلامات التجارية وعقود الامتياز)ندوة الويبو الوطنية حول العلامات التجارية، تنظمها المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، دمشق، ٢٢ و٢٣ ديسمبر/كانون الأول ٢٠٠٣ تاريخ الدخول الى الموقع:(٢٠٠٩/٦/٢٠)

٢. التوصية المشتركة بشأن تراخيص العلامات التجارية ، الذي اعتمدته اللجنة الدائمة المعنية بقانون العلامات التجارية والرسوم والنماذج الصناعية والبيانات الجغرافية في دورتها الرابعة (من ٢٧ إلى ٣١ مارس/آذار ٢٠٠٠) ، في دورة مشتركة في جمعية اتحاد باريس لحماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في سلسلة الاجتماعات الخامسة والثلاثين لجمعيات الدول الأعضاء في الويبو (من ٢٥ سبتمبر/أيلول إلى ٣ أكتوبر/تشرين الأول ٢٠٠٠) . الموقع الالكتروني: (http://www.wipo.int/portal/index.html.ar) تاريخ الدخول الى الموقع :(٢٠٠٩/١١/١٥).